

<<传媒经济学教程>>

图书基本信息

书名：<<传媒经济学教程>>

13位ISBN编号：9787563814183

10位ISBN编号：7563814183

出版时间：2007-11

出版时间：首都经济贸易大学出版社

作者：周鸿铎

页数：439

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<传媒经济学教程>>

内容概要

在传媒经济理论方面，作者曾撰写了不少著作，其中有些已被部分高等院校选为教材使用。传媒经济理论一直是以专著形式出现的，现在摆在读者面前的《传媒经济学教程》《传媒经济学教程》，是作者研究传媒经济28年来第一次以教材的形式奉献给读者的作品。

作者的传媒经济理论体系是沿着两条脉络形成和发展的：一条脉络是在传媒经济理论架构的研究上，作者采用了“个别与一般”相结合的研究方法，从研究报业经济、广播电视经济入手，然后把研究中形成的理论运用到传媒经济中去，经过实践检验又回到具体的传播媒介，进而总结出系统的传媒经济理论体系；另一条脉络是从传媒经济活动的具体操作技巧的角度，总结出具有直接操作价值的理论体系。

对于传媒经济的研究，虽然作者起步研究较早，但是传媒经济理论体系的最后形成并非作者一个人的功劳，它是众多学者共同研究的理论成果。

在本教程的撰写过程中曾吸纳了国内外许多学者的研究成果，特别值得一提的是作者的历届硕士生、博士生，他们既是作者的学生，也是作者的助手、伙伴和朋友，由于他们积极的参与，极大地丰富了传媒经济的研究成果。

<<传媒经济学教程>>

作者简介

周鸿铎，中国传媒大学教授、博士生导师。

现任中国传媒大学传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长。

曾先后获北京市优秀教师、北京市社会科学先进工作者称号，享受政府特殊津贴。

周鸿铎教授是中国研究传媒经济最早的学者之一，他开创了广播电视经济学和传媒经济等研究领域，组建了传媒经济研究所和广播电视经济研究室。

其主要著作有《广播电视经济学》、《中国广播电视经济管理概论》、《市场营销策略》、《中国实用广告知识手册》、《电视节目经营策略》、《广告策划》、《广告实务》、《传媒产业经营实务》、《信息资源开发利用策略》、《网络经济》、《网络传播与知识经济》、《媒介产业制度论——周鸿铎自选集》、《传媒经济丛书》（1~8卷）和《媒介经营与管理》（上、中、下辑，共12卷）、《应用传播学》丛书（1~6卷）、《媒介产业案例分析》以及其他相关著作共七十多部。

<<传媒经济学教程>>

书籍目录

第一篇 传媒经济学概述第一章 传媒经济第一节 传媒经济概念第二节 传媒经济环境第三节 传媒经济特点第四节 传媒经济范畴第五节 传媒经济控制第六节 传媒经济发展第二章 传媒经济研究第一节 传媒经济学第二节 传媒经济学的研究对象和意义第三节 传媒经济效果研究第四节 传媒经济学的研究方法第三章 传媒经济模式第一节 传媒经济模式概论第二节 传媒经济市场模式第三节 传媒经济经营模式第四节 传媒经济投资模式第四章 传媒经济“三论说”第一节 传媒经济论第二节 传媒产业论第三节 传媒生产力论第五章 传媒经济“政治说”第一节 政治概念第二节 政治与传媒第三节 传媒经济人的政治观第四节 传媒经济的政治决策第五节 传媒经济人的修养第六章 传媒经济社会第一节 传媒社会模式第二节 传媒社会的人际关系第三节 传媒经济社会第二篇 传媒和传媒生态第七章 传媒概述第一节 传媒概念第二节 传媒作用第三节 传媒理论第四节 传媒革命第五节 新兴传媒第八章 印刷传媒第一节 印刷传媒的概述第二节 中国印刷传媒简史及其分析第三节 中国印刷传媒现状第四节 中国印刷传媒的发展第九章 电子传媒第十章 其他传媒第十一章 传媒网络第十二章 传媒生态第三篇 传媒经济运营篇第十三章 传媒经济策划第十四章 传媒经营与管理（上）第十五章 传媒经营与管理（中）第十六章 传媒经营与管理（下）第十七章 传媒机构运营第十八章 传播媒介制度参考文献后记

<<传媒经济学教程>>

编辑推荐

《传媒经济学教程》对于传媒经济的研究，虽然作者起步研究较早，但是传媒经济理论体系的最后形成并非作者一个人的功劳，它是众多学者共同研究的理论成果。

在本教程的撰写过程中曾吸纳了国内外许多学者的研究成果，特别值得一提的是作者的历届硕士生、博士生，他们既是作者的学生，也是作者的助手、伙伴和朋友，由于他们积极的参与，极大地丰富了传媒经济的研究成果。

<<传媒经济学教程>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>