

<<中国传媒的市场对策>>

图书基本信息

书名：<<中国传媒的市场对策>>

13位ISBN编号：9787810049665

10位ISBN编号：7810049666

出版时间：1900-01-01

出版时间：中国传媒大学出版社

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>

<<中国传媒的市场对策>>

内容概要

传媒所扮演的多种角色，即存在着联系，也存在着矛盾。

研究传媒的舆论引导者和经济创收者之间的关系，具有十分重要的意义。

刘宏的作品对中国传媒的双重角色作了多方面的剖析和研究，如果用一句话来概括本书立论的基点，就是：以舆论引导者为主的平衡论。

<<中国传媒的市场对策>>

书籍目录

序言

引言 双重角色：一个令人瞩目的课题

1章 过去的研究

2章 20年的历史回顾：市场经济对中国传媒的四种主要影响

3章 传媒的双重角色论

4章 中国传媒的双重角色：舆论引导者和经济创收者

5章 传媒产业发展与传媒双重角色

6章 传媒集团化：解决双重角色矛盾

结语 把握传媒双重角色的几个原则

参考文献

后记

<<中国传媒的市场对策>>

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>