

<<美国杂志的出版与经营>>

图书基本信息

书名：<<美国杂志的出版与经营>>

13位ISBN编号：9787810858748

10位ISBN编号：7810858742

出版时间：2007-1

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：叶新

页数：303

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>

<<美国杂志的出版与经营>>

内容概要

国外杂志出版商的步步紧逼，其他传统媒介的竞争和挤压，网络等新媒介的巨大冲击，原本先天不足的中国杂志该往何处去，业内人士见仁见智。

它山之石，可以攻玉。

美国杂志业的丰富经验能对中国杂志的发展起到一定的借鉴作用。

本书在梳理美国杂志的发展历史和现状的基础上，对美国杂志的发行渠道、市场状况、经营策略和管理模式做了深入的探讨，并对包括时代公司、梅里迪斯、赫斯特等在内的美国著名杂志出版集团的成功经验做了个案式的解读。

诚然，不是美国杂志的任何做法都适应中国的国情，选择性地吸收和本土化的运作才是中国杂志发展的必由之路。

<<美国杂志的出版与经营>>

作者简介

叶新，安徽歙县人。

北京印刷学院副教授、硕士生导师、中国编辑学会理事。

主要从事版权与版权贸易、出版法规等方面的教学与研究。

2002年曾赴美国纽约大学出版研究中心学习。

目前正从事美国杂志出版的译介工作。

出版有《出版物标识管理工作指南》（参编，中国ISBN中心2004

<<美国杂志的出版与经营>>

书籍目录

我们怎么向美国杂志业学习(序)概况篇 一、美国杂志出版简史 (一)18世纪 (二)19世纪 (三)20世纪 二、美国杂志分类 (一)消费类杂志(consumer magazine) (二)商业类杂志(trade magazine) (三)组织类杂志(organization magazine) (四)其他杂志类型 三、美国消费类杂志出版现状 (一)2003年美国杂志出版概况 (二)2004年美国消费类杂志出版简析 [附]美国杂志“三百强”概览 [附]美国杂志,谁占鳌头:美国十大消费类杂志市场营销篇 一、美国杂志市场概况 (一)美国杂志的订阅方式 (二)美国杂志的零售渠道 (三)美国杂志发行的困境与出路 (四)2004年下半年美国杂志发行市场表现平平 (五)2004年下半年美国杂志零售额持续上扬 (六)美国2004年杂志发行之“Top Ten” (七)美国杂志的网络营销 (八)美国杂志发行七大预测 二、杂志分市场动态 (一)2003年美国新杂志市场透视 (二)充满活力的美国青少年杂志市场 (三)如何在美国西班牙语杂志市场淘金 (四)美国协会杂志调查 (五)美国四大高尔夫杂志 (六)美国三大综合性体育杂志 (七)美国医药杂志举例 三、美国杂志读者研究辑览 (一)杂志发行概况 (二)读者得到杂志的渠道 (三)读者看杂志的地点 (四)读者阅读杂志的频率 (五)杂志适合年轻读者 (六)读者读杂志的理由 [附]美国巴诺书店的杂志营销 [附]美国杂志发行量认证:ABC和BPA之争经营管理篇 一、美国杂志广告市场分析 (一)杂志广告收入 (二)杂志广告页 (三)广告页价格 (四)广告收入分类 (五)季度分析 (六)广告商 二、美国杂志品牌经营 (一)杂志品牌的延伸经营 (二)美国杂志品牌延伸新动向 (三)品牌输出:美国杂志的新增长点 三、美国杂志奖项评选 (一)“杂志界的奥斯卡”——国家杂志奖 (二)美国杂志人的最高荣誉——杂志终身成就奖 (三)埃迪奖和奥齐奖 四、美国杂志业行业协会职能探析(以MPA为例) (一)概况 (二)组织机构 (三)会员机制 [附]新科技影响下的美国杂志个案篇 永远走在时代的前列——时代公司杂志经营策略分析 美国家庭观念的守护神——梅里迪斯·乔治·格林和赫斯特杂志跨国经营之路 《国家地理》杂志的传奇王国 时代公司重组为哪般 PRIMEDIA集团杂志经营策略解析 古纳亚尔缘何退出美国杂志市场 美国最大的杂志发行公司——柯蒂斯发行公司 是谁缔造了《纽约客》王朝 游走在杂志和电视之间——初探美国《电视指南》成功之道 美国发行量最大的杂志——《游行》 美国杂志第一夫人——凯瑟琳·布莱克 美国“杂志先生”和他的“创刊指南” 美国杂志出版高等教育概况附录参考文献后记

<<美国杂志的出版与经营>>

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>