

<<转型的逻辑>>

图书基本信息

书名：<<转型的逻辑>>

13位ISBN编号：9787811250992

10位ISBN编号：7811250993

出版时间：2007-12

出版时间：7-81125

作者：张伟

页数：184

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>

<<转型的逻辑>>

内容概要

《转型的逻辑：传媒企业研究》是国内第一部从企业角度研究传媒经济和管理理论与实践的专著。它以转型为背景，从传媒产品的特殊属性出发，论述了传媒经济活动独特的商业模式和制度模式，从而揭示了传媒经济的基本规律。并以此为基点，通过专题与个案，展开对中国特色传媒理论与实践的研究。

<<转型的逻辑>>

作者简介

张伟，中国海洋大学文学与新闻传播学院教授，博士，主要研究领域为传媒经营与管理、新闻传播理论与方法、报纸研究。

<<转型的逻辑>>

书籍目录

序：我们试图解答些问题(喻国明)/1 上编 传媒企业研究 第一章 传媒企业研究的进路/3 第二章 传媒经济活动规律/17 第三章 传媒商业模式/31 第四章 传媒经济制度：所有制与治理结构/43 第五章 依存与均衡：解读供求关系/58 第六章 企业理论：利润最大化旨归/71 第七章 市场结构、集中度与价格/82 第八章 传媒企业组织/95 第九章 传媒产品的特殊性与产制/109 下编 转型的逻辑 第十章 转型的逻辑/125 第十一章 都市报：市场化与中国传媒发展悖论/140 第十二章 传媒娱乐化与市场意识形态/154 第十三章 公共新闻：从商品性到公共性/164 参考文献/176 后记/183

<<转型的逻辑>>

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>