

<<现代媒体策划原理及应用>>

图书基本信息

书名：<<现代媒体策划原理及应用>>

13位ISBN编号：9787302241140

10位ISBN编号：7302241147

出版时间：2010-12

出版时间：清华大学出版社

作者：曾耀农 编

页数：376

字数：350000

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>

<<现代媒体策划原理及应用>>

内容概要

在高度信息化的时代，从事新闻和信息产品生产的传播媒体日趋多元化，传播的手段日趋现代化，传播媒体的策划理念也在不断翻新。

如何策划一个优秀的传播媒体，如何使传播媒体的设计符合大众的审美观，如何使传播媒体的运作能够满足受众对媒体的需求，这些都成为现代媒体在传媒业竞争中获胜的关键。

落实科学发展观，研究现代媒体策划原理及应用，并将其作为专门的课题提出，其研究成果不仅为当今传媒策划的改革提供理论依据，而且必然会对传媒业的发展产生一定的指导意义。

本书材料丰富、观点新颖、论证翔实、语言流畅，适合大专院校师生及新闻传播界同行阅读与参考。

<<现代媒体策划原理及应用>>

书籍目录

第1章 现代媒体创意策划的价值与原则第2章 报纸媒体的创意与策划第3章 电视媒体的创意与策划第4章 图书媒体的创意与策划第5章 手机媒体的创意与策划第6章 电影媒介的创意与策划第7章 户外媒体广告的创新策略第8章 新闻类周刊的创意策略第9章 《中国新周刊》的发展策略第10章 《女友》杂志面对竞争的应对策略第11章 长沙电视台女性频道的改革策略第12章 河南卫视的区域化战略第13章 从《建国大业》看主旋律电影的困境与对策第14章 电视专业化频道的运转策略第15章 电视谈话类节目的隐忧与对策第16章 畅销书的策划与运作第17章 网络出版的现状与发展策略第18章 湖南动漫产业现状、问题及对策第19章 汶川地震报道中的跨媒体联动策划第20章 网络新闻的整合策划第21章 娱乐新闻与媒体策划第22章 弱势群体报道的传播方略第23章 湖南卫视的品牌策划第24章 我国农村图书市场现状、问题及对策

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>