

<<大众传媒经济学>>

图书基本信息

书名：<<大众传媒经济学>>

13位ISBN编号：9787313049926

10位ISBN编号：7313049927

出版时间：2008-1

出版时间：上海交大

作者：余丽丽

页数：245

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>

<<大众传媒经济学>>

内容概要

本书将微观经济学的体系结构与媒介产业的具体实践“对接”起来，聚焦于新媒体时代传媒经济的发展与变化，将经济学的相关理论与新媒介市场的特殊现象相结合，辅以媒介案例，力图清晰而详细地解析新媒介时代大众传媒经济的现象和本质，探讨整个传媒经济领域的内在规律。

本书读者对象是学习传媒经济的本科、硕士生，以及对传媒经济感兴趣的人士。

<<大众传媒经济学>>

作者简介

余丽丽，新闻传播学博士，现任教于上海大学影视艺术学院新闻传播系，曾在《新闻大学》、《现代传播》、《中国广播电视学刊》等核心期刊上发表论文多篇。

<<大众传媒经济学>>

书籍目录

基础篇 第一章 引言 第一节 传媒经济学基本概念 第二节 传媒经济的主要内容 第二章 传媒产品的生产与消费 第一节 传媒产品的特殊性 第二节 受众需求与价格弹性 第三节 生产与成本 第四节 规模经济与范围经济 第三章 传媒市场结构与行为 第一节 传媒市场结构与类型 第二节 传媒市场行为与策略 第四章 传媒资本经营战略 第一节 概述 第二节 传媒企业融资策略 第三节 传媒企业投资策略产业篇 第五章 报业经济 第一节 报业成本与收入结构 第二节 报业市场结构与市场竞争 第三节 报业经济增长模式选择 第六章 广电产业经济 第一节 替代性技术竞争力分析 第二节 电视产业链分析 第三节 电视产业市场结构 第七章 网络经济 第一节 网络经济特性及竞争策略 第二节 新媒体市场特征及赢利模式 第三节 网络经济的创新模式参考文献结束语

<<大众传媒经济学>>

编辑推荐

<<大众传媒经济学>>

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>