

<<分离与重构>>

图书基本信息

书名：<<分离与重构>>

13位ISBN编号：9787500491965

10位ISBN编号：7500491964

出版时间：2010-11

出版时间：中国社会科学出版社

作者：岳芑

页数：219

字数：173000

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>

<<分离与重构>>

内容概要

《分离与重构：中国大众传媒产业经济绩效分析》以传媒产业内各子产业的共性特征为出发点，在对传媒产业进行总体分析的基础上，运用产业组织理论的“结构—行为—绩效”（SCP）分析方法来具体评价大众传媒产业的经济绩效，分析影响中国大众传媒产业经济绩效提高的制约因素，进而探索提高中国大众传媒产业经济绩效的可行性政策选择。尽管传媒产业的各个子对象和分产业之间存在着较大差异，然而它们作为传媒产业都具有同样的共性特征，所以基于大众传媒产业所进行的绩效分析以及所得出的主要结论对其他的传媒产业也有着重要的借鉴意义。

<<分离与重构>>

作者简介

岳芑，博士，两北大学新闻传播学院教师。
主要研究领域为媒介经济学和新媒体传播。

2

007 ~ 2008年曾赴奥地利萨尔斯堡大学传播学院和ICT & S(Information and Communication Technologies and Society)中心进修。

主持过陕西省、西安市社会科学项目；获得省级哲学社会科学优秀成果奖；发表论文30余篇。

<<分离与重构>>

书籍目录

- 序
- 第一章 导论
 - 一 选题意义与研究背景
 - (一)选题的缘起
 - (二)选题的意义
 - 二 研究对象与研究思路
 - (一)研究对象
 - (二)研究思路
 - 三 研究方法
 - (一)制度分析方法
 - (二)比较分析法
- 第二章 传媒经济理论研究的发展与演变
 - 一 传媒的定义与分类
 - 二 国外传媒经济理论研究的发展与演变
 - (一)20世纪70年代之前的传媒经济理论研究
 - (二)20世纪七八十年代的传媒经济理论研究
 - (三)20世纪90年代以后的传媒经济理论研究
 - 三 中国传媒经济理论研究的发展与演变
 - (一)中国传媒经济理论研究的初步发展
 - (二)中国传媒经济理论研究的主要观点概述
 - 四 对传媒经济理论现有研究的评价
- 第三章 大众传媒产业发展的动力机制分析
 - 一 大众传媒产业及产业特性
 - (一)大众传媒产业的概念
 - (二)传媒产业的特性
 - 二 传媒产业的产业链与产业体系
 - (一)产业链与产业管理的理论基础
 - (二)传媒产业的产业链与产业关联
 - 三 现代传媒产业的演化发展及其动力机制
 - (一)世界现代传媒产业的发展态势
 - (二)传媒产业发展的动力机制
 - 四 中国传媒产业化历程及其动力机制
 - (一)中国传媒产业化历程
 - (二)中国传媒产业动力机制
- 第四章 中国大众传媒产业经济绩效分析框架的建立
 - 一 “结构—行为—绩效”的分析范式
 - (一)产生背景
 - (二)基本分析思路
-
- 第五章 中国大众传媒产业的经济绩效状态评价
- 第六章 中国大众传媒产业市场结构的基本态势分析
- 第七章 中国大众传媒产业市场结构下的媒体行为特征分析
- 第八章 提高中国大众传媒产业组织绩效的途径
- 结论
- 参考文献

<<分离与重构>>

后记

<<分离与重构>>

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>