

<<传媒产业市场策划>>

图书基本信息

书名：<<传媒产业市场策划>>

13位ISBN编号：9787801626318

10位ISBN编号：7801626311

出版时间：2003-1

出版时间：经济管理

作者：周鸿铎

页数：382

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>

## <<传媒产业市场策划>>

### 内容概要

本书根据我国传媒产业市场的现状和未来的发展趋势，从一般市场分析入手，全面系统地阐述了传媒产业市场及其策划的全过程和技巧。

从报业、广播电视、邮电等三个分市场为例，着重分析了他们的特点以及为适应市场经济发展的要求所采取的对策，本书的体系架构完整、系统、具有很强的可操作性。

## <<传媒产业市场策划>>

### 作者简介

周鸿铎，1940年生，河南濮阳人。

1964年毕业于郑州大学政治系，先后在国家对外文化联络委员会，北京日报社工作，1982年调入北京广播学院。

现任北京广播学院教授、博士生导师、传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长。

曾先后获北京市优秀教师称号，北京市社会科学先进工作者，中央三台奖教金，享受政府特殊津贴。

周鸿铎教授是我国研究传媒经济最早的学者之一，为适应信息社会的发展要求，他创建了《广播电视经济学》以及《传媒经济》等学科，同时组建了传媒经济研究所和广播电视经济研究室。

主要著作有《广播电视经济学》、《中国广播电视经济学》、《中国广播电视经济管理概论》、《市场营销策略》、《中国实用广播知识手册》、《电视节目经营策略》、《广告策划》、《传媒产业经营实务》、《信息资源开发利用策略》、《网络经济》、《网络媒体管理》、《网络传播知识与经济》以及其他相关著作三十余部，现在研究的主要课题是传媒经济运营管理体制和测评体系研究，正在组织编写大型系列丛书——传媒经济、媒体经营与管理共约8000万字。

## <<传媒产业市场策划>>

### 书籍目录

绪论篇 第一章 市场和传媒市场 一 市场和传媒市场 二 传媒市场运行 三 传媒产品用户 四 传媒市场管理 第二章 策划与传媒市场策划 一 策划 二 传媒市场策划 第三章 传媒市场细分化 一 传媒市场细分化 二 传媒目标市场 三 传媒市场定位 第四章 传媒市场经营策略 一 市场化经营策略 二 市场竞争策略 三 差别化策略 四 社会责任策略 五 服务经营策略 传媒市场预测与决策策划篇 第五章 传媒市场预测 一 传媒市场预测 二 传媒市场预测方法 三 传媒市场预测方法的选择 第六章 传媒市场决策 一 传媒市场决策 二 传媒市场决策类型 三 实施传媒市场决策的对策 传媒市场资源策划篇 第七章 资源与传媒市场资源 一 资源和资源系统 二 传媒市场资源 第八章 传媒信息资源的特征和结构 一 传媒信息资源的特征 二 传媒信息资源的结构 第九章 传媒信息资源的开发和管理 一 传媒信息资源分布与组织 二 传媒信息资源管理 三 传媒信息资源的开发利用 第十章 传媒信息资源的配置 ...  
...报业市场策划篇 广播电视节目市场策划篇 参考文献 后记

<<传媒产业市场策划>>

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>