

<<音乐市场营销及案例分析>>

图书基本信息

书名：<<音乐市场营销及案例分析>>

13位ISBN编号：9787806926147

10位ISBN编号：7806926143

出版时间：2011-5

出版时间：上海音乐学院

作者：周洪雷

页数：331

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>

## <<音乐市场营销及案例分析>>

### 内容概要

《音乐市场营销及案例分析（修订版）》主要内容包括：音乐市场营销导论、音乐市场营销环境分析、音乐消费者市场、音乐市场营销调研等共11章。

## <<音乐市场营销及案例分析>>

### 作者简介

周洪雷

男，汉族，湖北武汉市人。

1963年生，1

1979年考入武汉市戏剧学校评剧音乐班，1984年任武汉评剧团笙演奏员。

1989年考进武汉音乐学院音乐学系，主修民族音乐理论，1992年创作笙独奏曲《鄂西素描》，获“92全国民间音乐舞蹈比赛”三等奖，获“92湖北省民间音乐舞蹈比赛”一等奖。

1993年在广西艺术学院音乐系任教。

1994年到广西银兴实业发展公司(房地产开发企业)任职。

2000年5月开始研究“中国音乐市场”问题，2001年至2003年到北京分别就读中国人民大学商学院企业管理硕士学位课程班，和中国艺术研究院音乐学硕士学位课程班。

2003年至2005年被上海音乐学院研究所聘为特约研究员，分别完成了“音乐市场营销及案例分析”、“WTO与政府音乐文化管理职能转变”、“中国音乐产业发展报告”等三个课题的研究。

2007年至今，在武汉音乐学院先后讲授“音乐市场营销及案例分析”，和“音乐著作权原理与案例”等两门课程。

## <<音乐市场营销及案例分析>>

### 书籍目录

#### 第一章 音乐市场营销导论

##### 第一节 音乐市场营销问题提出的缘由与意义

案例 中央音乐学院音乐节 有实无名

分析音乐节 走向市场的必经之路——音乐市场营销

##### 第二节 音乐市场营销概述

案例 美国交响乐团面临困境——赤字增加观众锐减

分析 以音乐市场营销的性质、任务与目的来审视交响乐的危机

##### 第三节 音乐市场营销的核心概念

案例 新版越剧《红楼梦》巨额投资收回

分析音乐市场营销核心概念的充分体现

##### 第四节 音乐市场营销中应注意的问题

本章思考题

#### 第二章 音乐市场营销环境分析

##### 第一节 音乐市场营销环境的含义与特点

##### 第二节 音乐市场营销的微观环境

案例 满文军如何将《懂你》唱红大江南北?

分析计划经济体制与音乐市场微观环境

##### 第三节 音乐市场营销的宏观环境

案例 新的演出管理条例将给中国演出市场带来什么?

.....

#### 第三章 音乐消费者市场

#### 第四章 音乐市场营销调研

#### 第五章 音乐市场细分、音乐目标市场与音乐市场定位

#### 第六章 音乐产品策略

#### 第七章 音乐产品定价策略

#### 第八章 音乐产品分销策略

#### 第九章 音乐产品促销策略

#### 第十章 音乐市场营销管理

#### 第十一章 音乐市场营销道德

附录：音乐市场营销策划书的编写

参考文献

后记

<<音乐市场营销及案例分析>>

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>