

<<媒体策划与营销>>

图书基本信息

书名：<<媒体策划与营销>>

13位ISBN编号：9787810858526

10位ISBN编号：7810858521

出版时间：2007-1

出版时间：北京广播学院出版社

作者：蒙南生

页数：392

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>

<<媒体策划与营销>>

内容概要

本书以策划学、市场营销学为理论指导，比较全面地阐述了媒体策划的意义、内容和原则，媒体营销的作用、内容和营销策划的方式方法，力图形成一种新的媒体策划与营销的理论体系。本书为相关院校本科生、研究生的教材，也可作为媒体从业者和相关人员的自学读物。

<<媒体策划与营销>>

书籍目录

前言/1第一章 媒介与媒体/1第一节 媒介/1第二节 媒体/18第三节 新闻媒体的生产与经营/30【学习思考题】/38第二章 媒体策划的内容与原则/39第一节 什么是策划/39第二节 策划的历史轨迹/44第三节 媒体策划与媒体策划学/52第四节 媒体策划基本方法/58【学习思考题】/63第三章 媒体策划与创造性思维/64第一节 策划科学性有赖于思维科学化/64第二节 媒体策划离不开创造性思维/70【学习思考题】/77第四章 媒体形象策划/78第一节 形象策划的意义和作用/78第二节 媒体内在形象策划/82第三节 媒介外在形象策划/89第四节 公关活动策划/95【学习思考题】/98第五章 媒介策划/99第一节 媒介策划的内容及意义/99第二节 媒介性质定位策划/103第三节 媒介文化风格定位策划/109第四节 媒介受众定位策划/114第五节 媒介价格定位策划/119第六节 媒介区域定位策划/122【学习思考题】/126第六章 新闻传播策划/127第一节 新闻传播策划的依据/127第二节 新闻传播策划的功能/138第三节 新闻传播策划的原则/148第四节 新闻传播策划的控制/156【学习思考题】/176第七章 新闻报道策划/177第一节 新闻报道策划的目的与原则/177第二节 新闻报道策划不能策划新闻/184第三节 新闻报道策划的内涵/197第四节 新闻报道的编辑策划/212第五节 典型报道策划/218第六节 深度报道策划/223第七节 专题报道策划/227第八节 重大事件报道策划/233第九节 突发事件报道策划/237第十节 介入式报道策划/245【学习思考题】/249第八章 报纸版面策划/250第一节 报纸版面策划的意义/250第二节 版面策划方法/252第三节 专栏栏目策划/264第四节 专刊策划/267【学习思考题】/270第九章 广播电视策划/271第一节 频道策划/271第二节 广播电视节目策划/276第三节 广播电视栏目策划/280第四节 广播电视主持人策划/285【学习思考题】/293第十章 媒体营销策划/294第一节 媒体营销战略/294第二节 媒体营销内容/300第三节 报刊的发行营销策划/303第四节 广播电视节目营销策划/320第五节 媒体核心竞争力策划/324第六节 媒体活动营销策划/328【学习思考题】/334第十一章 媒体广告营销与策划/335第一节 广告在媒体经营中的地位与作用/335第二节 媒体广告发展简史/339第三节 中国媒体广告经营模式/342第四节 媒体广告策划/345【学习思考题】/364第十二章 媒体人才策划与策划人才/365第一节 媒体人才策划/366第二节 媒体策划人才及其素质要求/369第三节 媒体策划人才培养模式/377【学习思考题】/381第十三章 策划书的写作/382第一节 策划书写作方法/382第二节 策划书的内容/384第三节 新闻报道策划书写作/386第四节 策划书写作要求/387【学习思考题】/389参考文献/391

<<媒体策划与营销>>

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>