

《现代传媒经济学》

图书基本信息

书名：《现代传媒经济学》

13位ISBN编号：9787309044133

10位ISBN编号：7309044134

出版时间：2005-12

出版社：复旦大学出版社

作者：吴信训

页数：312

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《现代传媒经济学》

内容概要

《现代传媒经济学》首次从现代传媒经济的高度，创建性地提出了现代传媒经济学应该回答的三大问题，并以此为轴心，建构了富有新意的现代传媒经济学理论体系，对其重要概念、基本理论重新梳理，并给予了独有见地的阐释。

前两章为宏观篇，从整个传媒产业（行业）着眼，系统揭示了传媒经济运行的宏观规律。后八章为微观篇，从具体的传媒经营管理入手，围绕媒体如何实现社会效益和经济效益两大目标，对其经营的关键环节作了细致深入的考察，全面展示了传媒经济运行的微观规律。

在建构传媒经济理论体系的过程中，《现代传媒经济学》充分克服“两张皮”——即简单套用经济学的理论体系，生吞活剥经济学术语，而实际内容却局限于新闻传播学的理论层面；或者正好相反——的现象，扬弃空泛玄奥的理论，使论题和阐述尽量切中实践的要害，对实际运作，尤其是中国的媒体运营，具有积极的理论启示价值。

《现代传媒经济学》适用于本科或研究生教学，对传媒业界经营管理人士也富有启迪作用。

精彩短评

1、接触了一个新的概念

《现代传媒经济学》

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:www.tushu111.com