

《中国传媒国际竞争力研究报告》

图书基本信息

书名：《中国传媒国际竞争力研究报告（2015）》

13位ISBN编号：9787509781825

出版时间：2015-11

作者：李本乾 (编者),刘强 (编者)

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

《中国传媒国际竞争力研究报告》

内容概要

编辑推荐

《中国传媒国际竞争力研究报告(2015)》由社会科学文献出版社出版。

书籍目录

目录

B 总报告

B.1总报告

一引言

二相关概念界定

三中国传媒在全球市场的整体发展态势

四中国传媒的国际贸易结构演变

五中国传媒国际竞争力的多指标综合评价

六中国传媒整体国际竞争力的研究总结

B 产品篇

B.2产品篇

一视听产品的国际竞争力评价

二新媒体产品的国际竞争力评价

三音乐产品的国际竞争力评价

四出版物产品的国际竞争力评价

B 服务篇

B.3服务篇

一广告、市场调研与民意测验服务的国际竞争力评价

二个人文化和休闲服务的国际竞争力评价

三版税和许可费服务的国际竞争力评价

四计算机与信息服务的国际竞争力评价

B 港澳台篇

B.4中国香港传媒国际竞争力评价

一中国香港传媒的整体发展态势

二中国香港传媒出口结构演变

三中国香港传媒国际竞争力的多指标评价

四中国香港传媒国际竞争力的研究总结

B.5中国台湾传媒国际竞争力评价

一中国台湾传媒的总体发展态势

二中国台湾传媒出口结构演变

三中国台湾传媒国际竞争力的多指标评价

四中国台湾传媒国际竞争力的研究总结

B.6中国澳门传媒国际竞争力评价

一中国澳门传媒的国际竞争力

二中国澳门传媒出口结构演变

三中国澳门传媒国际竞争力的多指标评价

四中国澳门传媒国际竞争力的研究总结

B 国际比较篇

B.7中美英传媒的国际竞争力比较

一中美英的国际竞争力总体态势比较

二中美英传媒贸易结构比较

三中美英传媒国际竞争力的多指标总体比较

四中美英传媒国际竞争力的多指标类别比较

五中美英传媒国际竞争力比较的研究总结

B.8中日韩传媒的国际竞争力比较

一中日韩的国际竞争力总体态势比较

二中日韩传媒贸易结构比较

三中日韩传媒国际竞争力的多指标总体比较

四中日韩传媒国际竞争力的多指标类别比较

五中日韩传媒国际竞争力比较的研究总结

B.9金砖四国传媒的国际竞争力比较

一金砖四国的国际竞争力总体态势比较

二金砖四国传媒贸易结构比较

三金砖四国传媒国际竞争力的多指标总体比较

四金砖四国传媒国际竞争力的多指标类别比较

五金砖四国传媒国际竞争力比较的研究总结

B 探索与建议篇

B.10提升我国出版产品国际竞争力的策略和途径研究

一改革开放以来，我国把提升出版产品国际竞争力作为“文化走出去”的重要目标，不断加大政策支持力度，取得一系列成绩

二我国出版产品国际竞争力仍不强，特别是与欧美出版业发达国家相比，存在不少的差距

三针对我国出版产品国际竞争力仍然不强，与欧美出版业发达国家相比存在的差距以及产生原因，亟待提升我国出版产品国际竞争力

B.11基于AHP的广电媒体竞争力评价模式研究

一引言

二研究对象的现状及特点

三媒体竞争力评价模式及指标体系建构

四媒体竞争力评价模式实证检验一

五三家媒体集团竞争力对比分析

六提高广电媒体核心竞争力对策建议

B.12台湾文化创意产业进入大陆市场的瓶颈与两岸未来合作策略之研究

一绪论

二文献探讨

三研究方法

四研究结果

五结论与建议

B.13中国游戏进入泰国市场的路径和策略研究

一引言

二研究方法

三数据统计与分析

四讨论与结论

Abstract

Contents

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