

<<好莱坞营销>>

图书基本信息

书名：<<好莱坞营销>>

13位ISBN编号：9787504351876

10位ISBN编号：7504351873

出版时间：2007-1

出版时间：中国广播电视

作者：谷淞

页数：221

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>

## <<好莱坞营销>>

### 内容概要

好莱坞是个充满梦想的地方，关于好莱坞电影的研究书籍不胜枚举。和以往的电影著作不同，本书在兼顾好莱坞电影制片和发行两大环节的同时，更加偏重于发行环节，系统介绍了好莱坞影片的发行历史和当前情况，分别介绍了美国七大电影公司在发行方面的兴衰成败，用深入浅出的方式读解了好莱坞电影的经典发行案例，并用比较的方式表达了对当今中国电影营销问题的看法。

<<好莱坞营销>>

作者简介

## &lt;&lt;好莱坞营销&gt;&gt;

## 书籍目录

前言第一部分 好莱坞的生存法则 好莱坞的全球化背景 好莱坞的历史 制片与发行 好莱坞的发行秘密 何为“七大”第二部分 走进七大影业公司 做个票房终结者——索尼的发行历史 谁能进入“泰坦尼克号”的头等舱——20世纪福克斯的发行历史 狮子王参与抢劫——迪斯尼的发行历史 欢迎参观霍格沃茨魔法学校——华纳兄弟的发行历史 我是美女探险家——派拉蒙的发行历史 带只恐龙去郊游——环境的发行历史 英国特工主宰一切——米高梅的发行历史第三部分 解析经典发行个案 《阿甘正传》——美国精神的营销 《世界大战》——让人花钱买罪受 《公主日记》——灰姑娘的梦想 《海底总动员》——以温情换美元 《指环王》——建构一个庞大的世界第四部分 游走在七大之外 梦工厂 米拉麦克斯 小独立制片 艺术院线结语 如何打进好莱坞 转型的困惑 打进好莱坞 学习好莱坞营销 中国的发行资源 另类的对抗 杀入数字化时代编者的话 蝴蝶效应与轮胎的作用后记

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>