

<<新媒体市场大变局>>

图书基本信息

书名：<<新媒体市场大变局>>

13位ISBN编号：9787509208298

10位ISBN编号：7509208297

出版时间：2012-1

出版时间：中国市场出版社

作者：周艳

页数：407

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>

<<新媒体市场大变局>>

内容概要

中国传媒大学广告学院媒介研究所十多年来一直关注新媒体市场发展，从广播电视新媒体、手机移动新媒体到互联网新媒体，从新媒体的网络融合、内容集成、业务设计、终端创新到互动营销，从国内媒介机构的新媒体布局到海外传媒巨头的数字化——触点广泛，视角专业，案例鲜活！

《新媒体市场大变局》分上下两篇，内容包括三网融合、数字时代的内容如何运营、新媒体背景下，大营销崛起、终端，引爆新媒体风暴、海外传媒集团的数字化生存之道等。本书给供相关人员参考阅读。

<<新媒体市场大变局>>

书籍目录

序上篇 新媒体运营的风向标第一章 三网融合一、三网融合：构建中国式“媒信产业”新业态二、迎接大网时代的到来三、广电媒体，应对三网融合如何布局四、三网融合之通信业：理想与现实的悖论五、案例：华数，全新业务抢占三网融合先机第二章 数字时代的内容如何运营一、内容银行：内容交易体系的重新建构二、数字时代的广电“大内容”建设的猜想三、视频网站：从“内容平台”到“内容+平台”四、案例：立足互动内容产业，SMG谋定全媒体融合第三章 新媒体背景下大营销崛起一、透视大营销观二、大营销之惑三、企业的大营销思维四、大营销中的营销传播机构五、大媒体，服务大营销六、海外营销传播新动向第四章 终端，引爆新媒体风暴一、终端革命启示录二、终端改变内容三、从“控制”受众开始——终端的媒体影响力四、互联网电视的前世今生五、智能手机的划时代攻略六、电子阅读器：一场没有硝烟的战争七、案例：谷歌TV——电视市场的革命者第五章 海外传媒集团的数字化生存之道一、国际传媒集团数字化生存之道二、新闻集团的全方位数字化转型三、时代华纳：坚守内容的传媒巨无霸四、BBC的数字化战略：从内容出发五、维旺迪：“内容+渠道”，双管齐下的数字化征途六、迪士尼：打造网络融合时代的数字内容产业七、甘尼特救赎：内容与商业模式的数字化重构八、贝塔斯曼集团的数字化成败进退下篇 新媒体市场发展进入快车道第六章 广电迈向大台时代一、呼唤大台的到来二、新媒体环境下，如何塑造“大台”三、“大台”时代，媒体如何拓展经营四、案例：中央电视台，向着国际传媒巨头的发展目标前行五、案例：大改革，大平台——专访上海广播电视台台长、东方传媒集团总裁黎瑞刚六、案例：南方广播影视传媒集团的大台之路七、案例：文化湘军引领“大台崛起”——专访湖南广播电视台党委书记、台长欧阳常林八、案例：江苏广播电视总台——体制创新，跨向大台化第七章 互联网媒体的江湖一、互联网，开创互动媒体运营新时代二、全方位营销的互联网三、监管：互联网要有“媒介思维”四、案例：门户网站的新生——以新浪为例五、案例：搜索引擎别有天地六、案例：腾讯——基于用户的互联网帝国七、案例：阿里巴巴的电子商务帝国八、案例：盛大的互动娱乐王国第八章 通信巨头的媒体野心一、通信运营商的媒体化布局二、移动中的全媒体——中国移动的媒体战略布局解析三、中国电信三网并进，抢滩媒体市场四、精彩“视”界“沃3G”——中国联通3G媒体业务运营模式五、案例：中国移动手机媒体的内容运营六、案例：中国联通锁定用户之道七、海外案例：DeNA，移动互联网时代的淘金者八、海外案例：美国sprint—Nextel手机媒体业务的内容及其运营第九章 全媒体时代。报刊业围城破局一、全媒体布局，报刊业的自我救赎二、报刊集团全媒体布局的四大模式三、案例：由“裂变”向“聚变”的转型——南方报业传媒集团的全媒体发展四、人物：做“人民”的媒体，走全媒体的布局——专访人民网董事长何加正五、人物：保持先行者的优势——专访烟台日报传媒集团社长、总编辑郑强第十章 数字时代，出版集团的生存之道一、四轮驱动下的出版业二、从体制改革走上市场化运作——探析出版集团的转企改制三、出版集团数字化进阶四、解密我国出版传媒集团多元化经营版图五、人物：大步迈进出版业的明天——专访中国出版集团总裁聂震宁六、案例：凤凰出版传媒集团——一艘出版航母的崛起七、人物：出版集团市场运作的多元实现方式——专访安徽出版集团党委书记、总裁王亚非八、案例：出版业的海派力量——上海世纪出版集团九、案例：北方联合出版传媒集团——打造跨越式发展典范

<<新媒体市场大变局>>

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>