

<<电视媒体的政治经济学>>

图书基本信息

书名：<<电视媒体的政治经济学>>

13位ISBN编号：9787513000314

10位ISBN编号：751300031X

出版时间：2010-6

出版时间：知识产权出版社

作者：杨霜

页数：344

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>

<<电视媒体的政治经济学>>

内容概要

《电视媒体的政治经济学：广告系统在电视50年发展史中的地位与作用》电视媒体的市场行为，因国家、时代的不同而各异。

《电视媒体的政治经济学：广告系统在电视50年发展史中的地位与作用》以政治经济学和产业论的复合视角关注了中国电视在50年发展史中的市场行为。

采用实证研究手法，以电视台经营方式的调整发展为基轴，考察了广告机制在电视中的定位和功能的变化，并通过与西方电视媒体的市场特征的比较，分析了市场竞争机制的确立对中国电视的影响和意义。

<<电视媒体的政治经济学>>

作者简介

杨霜，中国人民大学国际关系学院本科毕业，东京大学社会信息学（传播学）硕士，博士。现任西南财经大学人文学院副教授，主要从事媒体传播、社会信息学研究。在日本核心期刊上发表论文《对中旧卫星电视的实例考察》、《试论关系营销战略中网络广告的功能》等多篇，合著出版《传播的政治学》（庆应义塾大学出版会株式会社）。

<<电视媒体的政治经济学>>

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:<http://www.tushu007.com>