

《新闻学广告学论集》

图书基本信息

书名：《新闻学广告学论集》

13位ISBN编号：9787810044486

10位ISBN编号：7810044486

出版时间：1994-07

出版社：北京广播学院出版社

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以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

书籍目录

目录

- 毛泽东新闻理论的形成和发展
 - 纪念延安整风50周年
 - “全党办报”是毛泽东新闻思想中最富有活力的理论
- 中国的改革开放与广播电视的传播环境
- 中国大陆广播电视教育的回顾与前瞻
- 中国新闻文体的来龙去脉
- 新闻教育面向广播电视发展态势的若干问题及对策
- 论新形势下的换脑筋问题
- 中国人民广播事业创建纪念日的由来及其意义
- 简论旧中国对广播的研究
- 恽逸群新闻实践及在新闻理论上的贡献
- 简论马克思恩格斯早期新闻思想中的批判精神
- 从“东广效应”看深化广播改革的思路
- 东方广播电台开播一周年的启示
- 适应市场转轨需要，探索办好广播新路
 - 市场经济条件下办好主持人节目的思考
- 新闻写作口语化的概念
- 谈广播新闻中的录音访问
- 试论会议新闻的采访
- 关于电视新闻杂志型节目的特征与思考
- 广播现场短新闻的现场感
- 系统思维与多角度报道浅论
- 广播事业纵横谈
- 试析新闻记者在采访活动中的认知过程
- 记者的社会知觉
- 论节目主持人的情报资料意识
- 谈谈中国广播电视的社会功能
- 简论新闻报道的逻辑性
- 奏响时代的主旋律
 - 从获首届“中国新闻奖”的部分广播电视作品谈起
- 试析高等院校新闻资料室的功能
- 社会交换理论之我见
- 面向中国受众，创作有效广告
- 广告消失和复苏
 - 中国广告产业发展的重要转折
- 广告讯息战略形态与运用
- CI活动中的标志设计
- 论广告艺术的视觉表现
- 现代广告与现代艺术流派
- 广播广告向何处去？
 - 试析中国广播广告存在的几个问题

虚假广告探源

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.tushu000.com