

《媒体经营与文化传播》

图书基本信息

书名：《媒体经营与文化传播》

13位ISBN编号：9787504352392

10位ISBN编号：750435239X

出版时间：2007-3

出版社：中国广播电视出版社

作者：中国广播电视协会

页数：486

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

《媒体经营与文化传播》

内容概要

媒体经营与文化传播：第九届广播电视学术论文评选佳作集，ISBN：9787504352392，作者：中国广播电视协会 编

《媒体经营与文化传播》

书籍目录

序·一个评委的话媒体经营 公益为本经营为用——中国广电媒体属性辨析 提高城市广播生存和发展的竞争力 中国内地电视媒体成本控制机制研究 增长极限的突破——央视广告按行业分销设想 广播电视集团化进程中的媒体公司运作探微文化传播 风险文化研究与国家信息安全——中国社会转型期广播电视的文化责任 廓清对两个重要原则的认识是向世界报道好中国的前提 多民族地区的文化传播 关于广播电视文化建设的几点思考 新闻媒体在构建社会主义和谐社会中的角色和任务 构建和谐社会应成为广播电视新闻宣传的主旋律媒体影响 加强和改进对台广播提高针对性和有效性 媒体议程设置与舆论引导 论新闻采编中的“政治正确性” 新闻解读：现代新闻传播环境下切实有效的舆论引导方式 主旋律报道要有精品意识 要重视农民的电视话语权 在CEPA实施后对港澳广播如何进一步提升影响力改革发展 对中国电视业改革与转型的思考 科学发展观与广播电视业的发展 创新思路振兴广播 构筑数字电视产业良性发展生态链 论城市广电业人力资源配置的优化 广播电视媒体人事制度改革的方向、瓶颈与路径选择 积极探索我国有线数字电视整体转换的有效途径 频道建设节目研究调查与分析思考与探索附录

《媒体经营与文化传播》

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