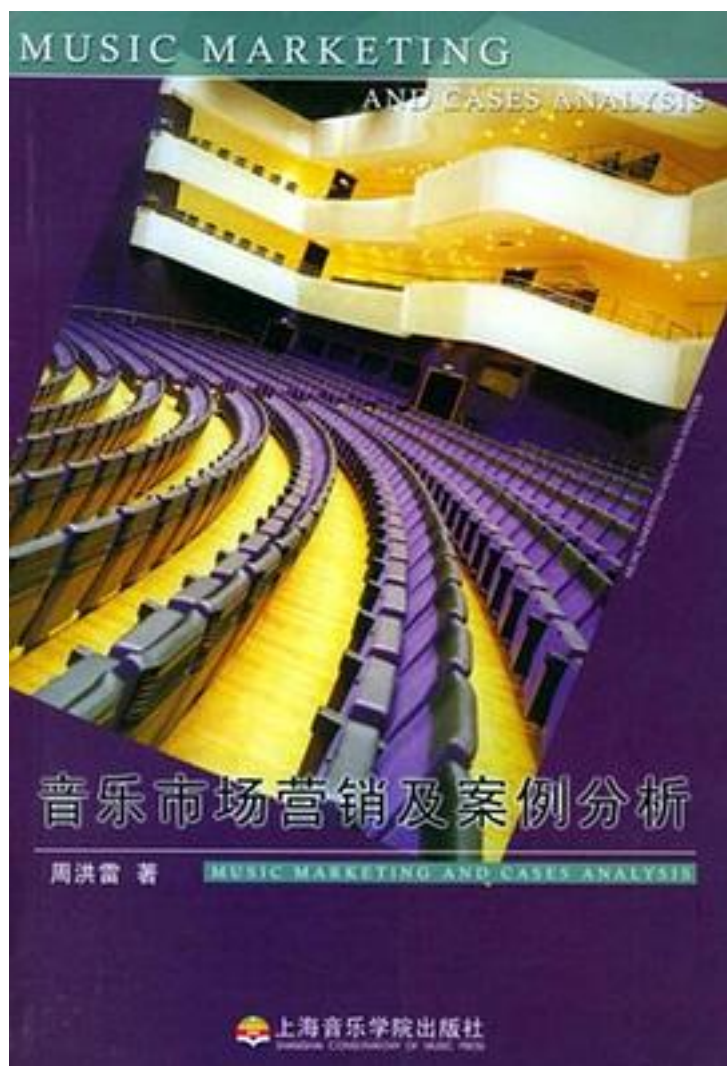


音乐市场营销及案例分析



[音乐市场营销及案例分析_下载链接1](#)

著者:周洪雷

出版者:

出版时间:2004-3

装帧:简装本

isbn:9787806920411

《音乐市场营销及案例分析》的理论框架结构体系，由音乐学的相关理论与市场营销学的基本理论共同组成。其特点是把音乐活动中直接包含，或未直接包含但客观存在的市场因素和市场现象，运用市场营销学的原理加以解释和阐述，从而归纳出音乐市场营销的基本规律，以便使音乐艺术的发展跟上时代的步伐。

《音乐市场营销及案例分析》的设计目的，是试图协助音乐从业者以实用而生动具体的方式，学习了解现代市场营销的基本概念与原理，认识市场营销在音乐活动中的意义和价值，知道识别音乐顾客的需要和欲望，清楚怎样进行音乐市场营销调研，辨别音乐市场环境；如何细分音乐市场和确立音乐目标市场，以使用音乐艺术品、音乐服务、音乐项目去满足音乐市场与音乐消费者的需求，加快音乐市场建设的步伐。

《音乐市场营销及案例分析》阐述的原理和观念得到市场营销学的支撑，即经济学、行为科学的支撑。借鉴或吸取国内外市场营销学的基本原理和研究成果，结合音乐艺术的客观实际，以市场经济的全新视角审视音乐艺术的价值和使用价值。探讨在遵循和保持音乐世术自身艺术价值的前提下，如何开发音乐艺术的经济价值。

作者介绍:

目录:

[音乐市场营销及案例分析 下载链接1](#)

标签

音乐

市场营销

音乐传播

艺术管理

music_marketing

读

浪费纸张

想

评论

写论文，找不到Florida的《Economic Geography of Music Industry》

不好看

[音乐市场营销及案例分析_下载链接1](#)

书评

[音乐市场营销及案例分析_下载链接1](#)