

# 塑造电视品牌



[塑造电视品牌\\_下载链接1](#)

著者:(美)沃尔特·麦克道尔

出版者:中国传媒大学出版社

出版时间:2006-6

装帧:简装本

isbn:9787810857031

本书是专为电视从业人员设计的。尽管现有的许多有关媒介品牌管理的原则对所有的电子媒介都适用，但电视在品牌塑造方面却面临着许多独特的挑战。更为重要的是，尽管

本书的主要内容对电视网、电视台和电视节目都适用，但却特别关注地方商业电视台以及它的新闻特许经营。从启发性的意图而言，这也是为本书众多有心的读者提供现实范例最有效的方式之一。

本书第一部分概述成功的品牌塑造的基本原则，集中于定义、测评和管理媒介品牌资产。第二部分将这些原则转化成电视广播业中的实际运作。为了有助于理解，第二部分最后几章还以一个虚拟的电视台为例，展示了其初创期地方新闻的运作模式。最后，我们考察在品牌保护方面一些重要的法律问题，并试图预测电视品牌营销的未来。最后以品牌管理的精选书目，以及如何解读收视报告的实用指南作为附录结束全书。

作者介绍:

目录:

[塑造电视品牌\\_下载链接1](#)

## 标签

传媒

电视研究

工作

品牌

中国

## 评论

-----  
[塑造电视品牌\\_下载链接1](#)

书评

三口为品 罗军正在努力地塑造着他的"品" 从来就是相信事实大于理论的人  
看到口口口为生活时尚频道拍的宣传短片和罗军为少儿频道设计的"哈哈"形象  
我信这本"中国电视品牌第一书" 老外写的书言简意赅,条理清晰  
哪怕你对电视品牌一窍不通 也能看得明白 很希望有机会能供职于口...

-----  
[塑造电视品牌\\_下载链接1](#)