

媒介宣传研究



[媒介宣传研究_下载链接1](#)

著者:[美] 伊斯特曼

出版者:中国传媒大学出版社

出版时间:2008-4

装帧:

isbn:9787811271294

《媒介宣传研究》主要内容：第一次用访谈、心理试验等研究方法，分类研究新闻节目

、电视剧、儿童节目、体育节目、电影、广播、在线节目等不同类型的媒介品牌的宣传方法。媒体营销从业人员的专业协会——电视宣传与营销联合会(Promax)，每年在南美、欧洲(英国)、亚洲以及美国举行例会，其参加者的人数和知名度每年都在迅速增长。越来越残酷的竞争、不断增长的节目成本以及迅速成长的互联网等都刺激了全球范围内人们对媒介市场的进一步关注。

作者介绍:

目录:

[媒介宣传研究_下载链接1](#)

标签

传播学

专业

理论

评论

非常不错。开阔思路，并点到了开题重点。

在播、平面、在线三个方向媒介走向。

[媒介宣传研究_下载链接1](#)

书评

[媒介宣传研究_下载链接1](#)