

传媒经济学



[传媒经济学_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2010-3

装帧:

isbn:9787306036056

《传媒经济学》主要内容简介：随着文化体制改革的逐步深入，我国政府利用媒体对外

宣传力度的加大，我国的文化事业特别是传媒业呈现欣欣向荣的景象。我国的传媒事业如何发展才能既满足宣传的需要又满足利益的需要越来越受到各界的关注。

在传媒事业快速发展之时，用以指导实践的理论建设显得尤为重要。之前，国内外出版了一些传媒经济学的教材，多从行业的角度分析各种媒体的传播学特点以及生产制作特点。《传媒经济学》在内容布局上的一个显著特色是，在每章开篇用相关案例作为引子，引出该章要讨论的观点，在正文采用经济学的体系，从投入产出的角度分析传媒业的经济特点，内容涵盖了传媒产品微观层面的供求理论、弹性理论、成本理论、市场理论、评估指标、价格理论和宏观层面的环境理论、规制理论等。在每章的思考与练习题中，除列出理论性的问题要求学生解答外，还提供了一个相关的传媒案例，让学生用该章的理论进行分析，使得理论和实际有机结合，体现了理论来自实践并且指导实践的原则。

《传媒经济学》可以作为高等院校传媒经济、文化产业管理、传播学等相关专业的教材或教学参考书，也是传媒从业人员和相关研究人士了解传媒业运营的重要参考资料。

作者介绍:

目录:

[传媒经济学 下载链接1](#)

标签

经济

评论

[传媒经济学 下载链接1](#)

书评

[传媒经济学 下载链接1](#)