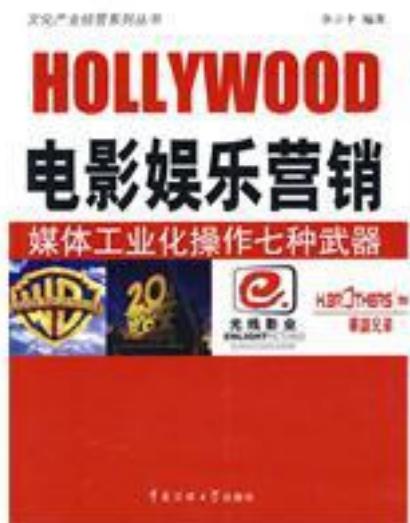


电影娱乐营销



[电影娱乐营销 下载链接1](#)

著者:张小争

出版者:

出版时间:2010-4

装帧:

isbn:9787811278439

《电影娱乐营销:媒体工业化操作七种武器》：我国广播影视业与国外相比还存在较大差距，特别是在产业链方面。如美国好莱坞，一部电影所能够带来的利润总和，分别产生于整个电影产业链上的每个节点，往往电影衍生产品的收益要高于电影票房本身。如此成熟的产业链在中国的电影市场上还尚未形成。因此，我国广播影视业在未来的产业发展中，要不断拓展广播影视作品的利润点，打造一个“上游开发、中游拓展、下游延伸”的成熟产业链。

作者介绍:

目录:

标签

电影

营销

电影营销

电影产业

电影市场

娱乐

新闻与传播

超星

评论

大学浮躁之气在这本书里一览无余

很浪费的一个经历，想起来就烦，不过看看也没啥坏处。

入门级，希望能有更多学者导师加入电影娱乐营销的研究中，为中国电影事业壮大势力。
◦

没有电视剧写得好，国内写电影产业的学院派要么就事论事罗列一个个案例，没有大格局，要么和文艺学研究者一样只谈影片内涵、不论产业，显得高蹈

极好，全书无配图，但是有许多内部数据可供参考

并不是扎实的电影理论加数据实例，只能说对于电影营销的基本介绍，不具学术性，有些空泛，建议浅尝了解即可。

标题党啊！！学院派啊！！案例点到即止不痒不痛啊！想了解这个行业是有点参考价值，但基本没有指导实践意义，坑爹。

[电影娱乐营销 下载链接1](#)

书评

[电影娱乐营销 下载链接1](#)