

اقتصاد رسانه

آلن ب. آلباران

ترجمه:

دکتر رضا نوایی

فهرست مطالب

پیشگفتار مولف.....	۱۹
پیشگفتار	۲۱
فصل اول (درک مفهوم اقتصاد رسانه)	۲۳
مقدمه.....	۲۴
نگاهی مختصر به مطالعه اقتصاد	۲۵
اقتصاد رسانه چیست؟.....	۲۷
سطوح فعالیتی	۲۸
دیگر نیروها.....	۳۰
دیدگاه های اقتصاد خرد و اقتصاد کلان	۳۵
اقتصاد کلان و صنایع رسانه	۳۵
گروهی از ۲۰ کشور	۳۹
متغیرهای اقتصادی	۴۰
نگاه نزدیک به پنج کشور برتر	۴۲
رسانه ها و داده های ارتباطی	۴۵
تاثیر درآمد رسانه بر تولید ناخالص داخلی [ملی].....	۴۶
نتیجه گیری	۵۰
خلاصه فصل	۵۳
بحث	۵۴
فصل دوم (نظریه ها و رویکردهای مورد استفاده در مطالعه اقتصاد رسانه)	۵۵
روش های نظری: مقدمه.....	۵۷

۵۹	روش های نظری و کاربردی
۶۰	مدل صنعتی سازمانی (آی او)
۶۲	تئوری شرکت
۶۳	پایداری نسبی یا هزینه های مصرف کننده در رسانه
۶۵	رقابت رسانه (و همزیستی) [رقابت و همزیستی رسانه]
۶۶	اقتصاد توجه
۶۸	دیگر نظریه ها
۶۹	رویکردهای اقتصاد کلان
۷۱	روش اقتصاد سیاسی
۷۳	نظریه های توسعه و تقویت برای اقتصاد رسانه
۷۴	سطوح چندگانه تجزیه و تحلیل
۷۶	تعریف مجدد بازارها و ساختار بازار
۷۹	رویکردهای جدید نظری و ابزارهای روش شناسی پالایش (اصلاح)
۸۰	خلاصه فصل
۸۱	بحث
۸۳	فصل سوم (مفاهیم کلیدی درک اقتصاد رسانه)
۸۴	انواع اقتصاد
۸۸	عرضه و تقاضا
۹۱	قیمت
۹۳	کشش قیمتی تقاضا
۹۴	کشش متقابل تقاضا
۹۵	اشکال دیگر تقاضا
۹۹	خواسته ها، نیازها، ابزار و ارزش
۱۰۱	تخصیص
۱۰۲	ادغام افقی و عمودی
۱۰۳	ادغام افقی
۱۰۴	ادغام عمودی
۱۰۷	رقابت و تمرکز
۱۰۹	خلاصه فصل
۱۱۱	بحث

۱۱۳	فصل چهارم (بازارهای تکاملی در اقتصاد رسانه)
۱۱۵	تعریف بازار رسانه
۱۱۷	رویکردهای سستی تعریف بازار
۱۲۳	بازارهای در حال تکامل در اقتصاد رسانه
۱۳۰	سایر عوامل موثر بر بازار
۱۳۰	شرایط اقتصادی
۱۳۳	فن آوری
۱۳۵	جهانی شدن
۱۳۶	تنظیم قوانین
۱۳۹	جنبه های اجتماعی
۱۴۰	دسترسی به سرمایه
۱۴۱	نیروی کار
۱۴۲	خلاصه فصل
۱۴۴	بحث

۱۴۵	فصل پنجم (شرکت های رسانه ای چند سطحی)
۱۴۷	سطوح توزیع اولیه
۱۵۱	مصرف کننده چند سطحی
۱۵۳	راهبردها و مدل های تجاری شرکت های رسانه ای چند سطحی
۱۵۴	اتحادیه های راهبردی برای سطوح توزیع
۱۵۶	مدل های تجاری
۱۶۱	مطالعات موردی: شرکت های رسانه ای چند سطحی
۱۶۲	مطالعه موردی: آوا ان بی سی
۱۶۴	نمونه موردی: مجله وال استریت
۱۶۶	نمونه موردی: رادیو بی بی سی
۱۶۷	نمونه موردی: دابلو اف ای ای - تی وی
۱۷۰	خلاصه
۱۷۲	بحث

۱۷۵	فصل ششم (فن آوری و اقتصاد رسانه)
۱۷۶	انتقال از آنالوگ به دیجیتال

توسعه پهنای باند.....	۱۷۶
فن آوری ماهواره.....	۱۷۹
مطالعه موردی: آیا رادیوی ماهواره‌ای آینده ای دارد؟.....	۱۸۱
مطالعه موردی: اسکای - فای: تکنولوژی جدیدی برای شکوفایی دیجیتال.....	۱۸۳
مطالعه موردی: برنامه‌های کاربردی پیام رسان همراه: از متن به سطح چند رسانه.....	۱۸۷
مطالعه موردی: اینترنت اشیاء.....	۱۹۰
مشکلات فن آوری.....	۱۹۲
هزینه های ارتقاء فن آوری.....	۱۹۲
مسائل مربوط به مالکیت فکری.....	۱۹۵
نگرانی های اجتماعی.....	۱۹۹
خلاصه فصل.....	۲۰۱
بحث.....	۲۰۴

فصل هفتم (جهانی شدن و اقتصاد رسانه)	۲۰۷
جهانی شدن چیست؟.....	۲۰۶
جنبه‌های مثبت و منفی جهانی شدن.....	۲۰۸
بلوک‌های تجارت و موافقت‌نامه‌ها.....	۲۱۰
جهانی سازی و صنایع رسانه.....	۲۱۲
تلویزیون و محصولات فیلم.....	۲۱۴
مطالعه موردی: چالش های سرویس جهانی بی بی سی.....	۲۱۷
راهبردهای جهانی.....	۲۲۱
شرکت های رسانه ای فراملی.....	۲۲۳
مطالعه موردی: مقاومت چین نسبت به شرکت های رسانه فراملی غربی.....	۲۲۸
خلاصه فصل.....	۲۳۳
بحث.....	۲۳۵

فصل هشتم (تنظیم قوانین و اقتصاد رسانه)	۲۳۷
تنظیم قوانین و دولت.....	۲۳۹
سطوح سیاست و تنظیم قوانین.....	۲۴۴
دسته های دیگری از اقدامات و تأثیرات تنظیم قوانین.....	۲۴۵
سیستم قضایی.....	۲۴۵

۲۴۷	 نهادهای تنظیم قوانین
۲۴۷	 خودتنظیمی و انجمن صنایع
۲۵۰	 گروه‌های شهروندی، منتقدان و سواد رسانه
۲۵۲	 تنظیم قوانین و اقتصاد رسانه
۲۵۲	 تنظیم قوانین محتوا
۲۵۴	 مالکیت و کنترل رسانه
۲۵۷	 سانسور
۲۶۰	 حریم خصوصی و حق فراموش شدن
۲۶۲	 تبلیغات
۲۶۳	 مالکیت های فکری
۲۶۴	 بی طرف بودن و دسترسی اینترنت
۲۶۷	 خلاصه فصل
۲۶۹	 بحث

۲۶۹	 فصل نهم (جنبه‌های اجتماعی اقتصاد رسانه)
۲۷۳	 مصرف کنندگان در اقتصاد رسانه
۲۷۵	 مفاهیم فرهنگی
۲۷۷	 تأثیر جنسیت بر مصرف رسانه
۲۷۸	 تأثیر چرخه زندگی بر مصرف رسانه
۲۸۰	 تأثیر قومیت بر مصرف رسانه
۲۸۱	 تخصیص پول و زمان مصرف کننده
۲۸۳	 زمان سپری شده با رسانه
۲۸۶	 هزینه ی مصرف کننده در رسانه
۲۹۱	 مصرف کنندگان و محتوا
۲۹۴	 خلاصه فصل
۲۹۶	 بحث

۲۹۵	 فصل دهم (مالی، ارزش گذاری و سرمایه گذاری در اقتصاد رسانه)
۲۹۹	 مدیریت دارایی و مالی
۳۰۰	 مفاهیم مالی پایه
۳۰۱	 دارایی ها

۳۰۲		بدهی ها
۳۰۳		اعتبار
۳۰۷		سهام
۳۰۷		صورتحساب های مالی
۳۱۱		بودجه بندی و بودجه بندی سرمایه
۳۱۳		استهلاک و تنزل
۳۱۴		ارزش گذاری
۳۱۵		مدل های ارزش گذاری مورد استفاده در اقتصاد رسانه ای
۳۱۶		جریان نقدی چندگانه
۳۱۷		درآمدهای چندگانه
۳۱۸		مدل جریان نقدی تخفیفی
۳۱۹		سرمایه گذاری
۳۲۰		مالکیت عمومی یا خصوصی
۳۲۳		ذخیره (موجودی)
۳۲۴		سایر ملاحظات مربوط به موجودی
۳۲۶		بازخريد موجودی
۳۲۸		تقسیم موجودی
۳۲۸		پژوهش و توسعه
۳۲۸		دستاوردهای آینده
۳۳۰		خلاصه فصل
۳۳۲		سؤالات بحث

۳۲۹		فصل یازدهم (نیروی کار و اقتصاد رسانه)
۳۳۰		وضعیت اشتغال جهانی
۳۳۶		اشتغال در اقتصاد رسانه
۳۳۸		پژوهش در اشتغال رسانه
۳۴۲		اشتغال در ایالات متحده
۳۴۶		صنایع چاپ و نشر
۳۴۷		صنعت برودکست
۳۴۸		صنعت سینما و ضبط صدا
۳۵۰		صنعت مخابرات

۳۵۱	 پردازش داده ها، میزبانی وب و خدمات مرتبط
۳۵۳	 دیگر خدمات اطلاعاتی
۳۵۴	 اشتغال رسانه ای در دیگر کشورها
۳۵۶	 خلاصه فصل
۳۶۰	 سؤالات بحث

۳۵۷	 فصل دوازدهم (ارزیابی آینده ی اقتصاد رسانه)
۳۶۲	 وضعیت دانش در اقتصاد رسانه
۳۶۴	 دگرگونی اقتصاد رسانه ای
۳۶۶	 هنجار جدید و پیش رونده
۳۶۹	 دستورالعمل هایی برای پژوهش جدید
۳۷۱	 خلاصه فصل
۳۷۲	 سؤالات بحث

۳۶۹	 REFERENCES
-----	------------------