

Economia dei media e della pubblicità PDF

Andrea Mangani



Questo è solo un estratto dal libro di Economia dei media e della pubblicità. Il libro completo può essere scaricato dal link sottostante.



Autore: Andrea Mangani
ISBN-10: 9788820434175
Lingua: Italiano
Dimensione del file: 2063 KB

DESCRIZIONE

L'economia dei mass media è una disciplina relativamente recente e i contributi sull'argomento, pur numerosissimi, provengono piuttosto dalla sociologia, dalla filosofia, dalla scienza politica. Ma il comportamento di mezzi, inserzionisti, utenti e agenzie pubblicitarie è fortemente dominato dalla logica economica ed è quindi di cruciale importanza esaminare da questo punto di vista i soggetti che orientano l'opinione pubblica, influenzano le consultazioni elettorali e, in larga misura, "definiscono gli eventi". Questo volume affronta, con gli strumenti dell'analisi economica, temi come la varietà dei contenuti, la concentrazione del mercato, l'impatto di Internet sui media tradizionali e le strategie pubblicitarie degli inserzionisti. Con la stessa ottica sono descritte le principali forme di intervento pubblico. Dato l'incessante processo di convergenza tecnologica e di consumo dei contenuti media, il testo evidenzia i meccanismi che sottendono il funzionamento economico del settore, al di là delle specificità di televisione, radio, quotidiani, riviste e siti web. Il volume si rivolge a un pubblico dotato di una preparazione microeconomica di base, che desidera approfondire la conoscenza di un'industria in continua evoluzione e al centro dell'interesse dei policymakers.

COSA DICE GOOGLE DI QUESTO LIBRO?

Economia dei media è un ... riguarda le forme dei mercati dei media e le loro caratteristiche attuali e l'ultimo capitolo affronta il tema della pubblicità che ...

Economia dei media e della pubblicità, Libro di Andrea Mangani. Spedizione con corriere a solo 1 euro. Acquistalo su libreriauniversitaria.it! Pubblicato da Franco ...

Voce Economia politica dei media in La Comunicazione - Il dizionario di scienze e tecniche della comunicazione, a cura di Franco Lever, Pier Cesare Rivoltella ...

ECONOMIA DEI MEDIA E DELLA PUBBLICITÀ

[Leggi di più ...](#)