

《融合媒体受众采纳行为研究(POD)》

书籍信息

版次：1

页数：165

字数：143000

印刷时间：2012年07月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787313081582

丛书名：媒介经济与管理前沿论丛

内容简介

随着媒介融合逐步进入市场融合阶段，受众对新媒体的采纳行为越来越受到研究界的重视。刘强编写的《融合媒体受众采纳行为研究》以TAM模型为基础，结合感知娱乐理论、创新性理论以及前期对融合媒体特征结构的研究结果，提出本研究的整合理论框架。通过结构方程建模，对调查数据进行统计分析，探索受众融合媒体采纳行为的内在机制。《融合媒体受众采纳行为研究》不仅适用于媒介管理、工商管理、市场营销专业研究生教学参考，而且适用于媒介组织管理人员作为了解媒介趋势的参考书。

关于退货规则：

由于按需印刷商品版图书属于定制类商品，根据订单递交成功再安排印刷，因此不接受7天无理由退换货。您付款的同时，我们已安排下厂印刷。如有质量问题的商品，可以接受退货，但不接受换货。如果退货后依然需要此商品，自快递签收日起的5日内，可联系当当客服退货后再重新下单，并且保持出售时原状和收货单据的齐全。

关于到货时间：

自按需印刷商品订单成功支付后的15个工作日，我们将完成印刷、装订、审核、发货等一系列按需出版流程。如遇国家法定节假日，则发货时间顺延。

按需印刷图书（POD）的服务说明：

按需印刷出版是一种根据用户的订单来制作图书的服务(Print On-demand，简称POD)。您则可以通过该服务获得无法在国内平台上购买到的进口外版书或是一些绝版、断版的书籍。如同常规的图书订单，在您订购成功后，一样会收到订单确认、配货状态及订单发货等步骤的通知。

关于图书纸张说明：

由于POD图书印刷所采用的生产技术有别于传统印刷，全部以数码印刷的方式按需生产，且纸张选择方面会根据实际情况略有调整，因此按需印刷所生产的图书会与传统纸本进口的图书存在一定差异。

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

[更多资源请访问www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)