

目录

前言

第一部分 电视媒体大型活动的概念及特点

- 一、电视媒体大型活动的概念
- 二、电视媒体大型活动的特点
- 三、电视媒体大型活动的意义与作用
- 四、电视媒体大型活动的策划与推广

第二部分 电视媒体大型活动概况及收视表现

- 一、电视媒体大型活动的基本类型
- 二、专业竞赛类大型电视活动概况及收视表现
- 三、选秀类大型电视活动概况及收视表现
- 四、大型报道类电视活动概况及收视表现
- 五、电视媒体大型活动中的广告投放情况

第三部分 电视媒体大型活动运作模式

- 一、电视媒体大型活动的组织模式
 - (一) 电视台/集团内的组织与合作模式
 - (二) 电视台(集团)外的组织与合作模式
 - (三) 大型电视活动的观众参与
- 二、电视媒体大型活动的流程和机制
 - (一) 竞赛类电视活动的选拔流程
 - (二) 竞赛类电视活动的选拔机制
- 三、电视媒体大型活动的营销模式
- 四、电视媒体大型活动的盈利模式

第四部分 电视媒体大型活动案例分析

案例一：2006 超级女声

- (一) 活动概况
- (二) 活动流程

(三) 活动播出

(四) 活动收视

案例二：“隆力奇”杯第十二届 CCTV 青年歌手电视大奖赛

(一) 活动概况

(二) 活动流程

(三) 活动播出

(四) 活动收视

案例三：我的长征

(一) 活动概况

(二) 活动流程

(三) 活动播出

(四) 活动收视

案例四：莱卡加油!好男儿

(一) 活动概况

(二) 活动流程

(三) 活动播出

(四) 活动收视

案例五：赢在中国

(一) 活动概况

(二) 活动流程

(三) 活动播出

(四) 活动收视

案例六：重走唐僧西行路

(一) 活动概况

(二) 活动流程

(三) 活动播出

(四) 活动收视

第五部分 电视媒体大型活动的发展趋势

一、电视媒体大型活动的一般特征

二、电视媒体大型活动发展趋势