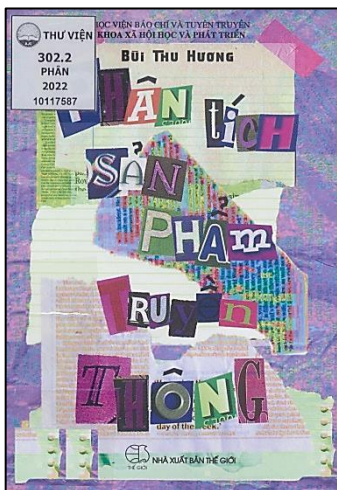




PHÂN TÍCH SẢN PHẨM TRUYỀN THÔNG

Tác giả: Bùi Thu Hương (chủ biên)

Nhà xuất bản: Thế giới

Nơi xuất bản: Hà Nội

Năm xuất bản: 2022

Môn loại: 302.2

Phân tích nội dung là phương pháp nghiên cứu phổ biến và hiệu quả trong các nghiên cứu nhằm tìm hiểu thông điệp của các sản phẩm truyền thông. Tuy nhiên, các nhà nghiên cứu cần hiểu rõ các cơ hội, thách thức và quy trình triển khai phương pháp này.

Cuốn sách **“Phân tích sản phẩm truyền thông”** của tác giả Bùi Thu Hương đã phân tích, tổng hợp, hệ thống hóa các nghiên cứu và những tranh luận đương đại về các vấn đề liên quan đến phương pháp phân tích sản phẩm truyền thông và quy trình sử dụng phương pháp này.

Nội dung cuốn sách gồm 4 chương:

Chương 1: Khái luận về phân tích sản phẩm truyền thông

Chương 2: Chọn mẫu trong phân tích sản phẩm truyền thông

Chương 3: Mã hóa số liệu trong phân tích sản phẩm truyền thông

Chương 4: Một số đề tài phân tích sản phẩm truyền thông của Khoa Xã hội học và Phát triển trong 25 năm qua.

Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!

