第一图书网, tushu007.com

<<动CCTV的奶酪>>

图书基本信息

书名：<<动CCTV的奶酪>>

13位ISBN编号：9787218045658

10位ISBN编号：7218045650

出版时间：2004-5

出版时间：广东人民出版社

作者：毕玉强

页数：170

字数：170000

版权说明：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：http://www.tushu007.com

内容概要

广州日报如何年收入15亿，安徽卫视进账从1亿多到5亿的奥秘，《新快报》如何成为中国第一份白领中产的报纸，西部黄金卫视从西部12个卫视异突起的背后……
“传媒整合”，是一个跨世纪的话题。

从20世纪90年代后期以来，“整合”的声音便呈渐强趋势。
但是，有一个明显的特征，那就是雷声大，雨点小，甚至见不到雨点。

到21世纪初，“整合”之声，响彻中国传媒业。
气势汹汹，犹如“惊涛拍岸，卷起千堆雪”。
这惊涛，冲击着传媒业，也冲击着相关产业，更激起了资本市场乃至思想界的无限想象与期待。
这次浪潮，一扫坐而论道的陋习。
之所以如此，是因为传媒业者具体而深切地感受到了生存压力。

<<动CCTV的奶酪>>

书籍目录

第一章 传媒整合大潮　多重压力下的生存思索 盛世危言 整合优势：传媒改革“配方”选择　集团化整合　跨行业整合　区域性整合　多媒体整合　内部资源整合 传媒市场八大变局　政府将加快传媒市场化改革的进程　国内外资本加速进入传媒市场　传媒集团化进程加速　产业链、价值链的建构与管理成为传媒关注点　传媒市场竞争向深度发展，信息增值服务成为新的亮点　跨媒体、跨地区经营成为趋势　打造“多媒体信息平台”将成为新的竞争热点　业界呼吁理性经营，当心“传媒泡沫”第二章 策略至上时代　大者通吃？
　大的不一定打败小的 快的一定会打败慢的 策略至上　解决问题与捕捉机会同样重要　建立整合的策略思考方式　跳出“成功”的陷阱　传媒竞争策略选择第三章 区域性传媒市场攻略　传媒全面进入市场营销时代　什么是市场营销　传媒全面进入营销时代的标志 动CCTV的奶酪 区域性传媒的市场攻略　鱼儿已经离群，你得把它们一条条钓上来　快速反应，早起的鸟儿有虫吃　有可能成为领导者的地方着力　品牌至上还是销售至上　做挑战者还是跟随者　补缺也不错第四章 传媒品牌经营风雨疾行 第五章 传媒品牌策划的第一缕狼烟 第六章 安徽卫视现象 第七章 办中国最好的报纸 第八章 为白领阶层代言 第九章 老百姓心中有盏灯 第十章 西部黄金卫视 主要参考文献 附图 城市画报

第一图书网, tushu007.com

版权说明

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:http://www.tushu007.com