

<<策动传媒>>

图书基本信息

书名：<<策动传媒>>

13位ISBN编号：9787229037666

10位ISBN编号：7229037662

出版时间：2011-3

出版时间：重庆出版社

作者：《策动传媒》编委会

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>

<<策动传媒>>

内容概要

今天，重庆发展更是处在从未有过的历史阶段。

五个重庆的建设，保税港区、综合保税区、两江新区等相继获批，为重庆配置了4个发动机。

高速的城市化、迅速发展的城市文化，为重庆传媒发展提供了前所未有的好条件。

相信《重庆商报》会乘新重庆发展的新一轮大潮，以其历史积淀和十余年来植入的“创新传媒价值”基因优势，以其“军队、学校、家庭”

的企业文化精神，永立中国传媒业发展潮头。

《策动传媒》是我们总结传媒发展经验的一次尝试。

平心而论，我们对《重庆商报》的历史书写和成功经验的分析、总结肯定存在许多不足，但是这不妨碍我们继续关注、继续深入挖掘《重庆商报》成功的密码。

今天《策动传媒》的面世，也使我们对《重庆商报》这艘传媒航母的未来更加充满期待。

本书由《策动传媒》编委会编著。

<<策动传媒>>

书籍目录

策动市场成就传媒

前言

报业市场：喧哗与骚动

- 一、都市报热：中国报业新轨迹
- 二、直辖催生重庆报业新天地

上篇 大报崛起大城符号

第一章 大报崛起——“商报人一直在努力”

- 一、《重庆商报》初创——蓄势待发
- 二、《重庆商报》崛起——创造大报辉煌
- 三、把握未来——打造六位一体多媒体融合的价值传播平台

第二章 大报影响——一张主流大报的时代引领

- 一、大财经大价值——一个主流大报的经济影响力
- 二、大时政大民生——一个城市大报的时代影响力
- 三、大慈善大感情——一个责任大报的社会影响力
- 四、大传播大拓展——一个都市传媒的行业影响力

第三章 大城符号——与新重庆一起成长

- 一、突出发展和民生主题从市民视角解读城市发展
- 二、舆论引导彰显传媒责任
- 三、灾难新闻突出人文关怀

第四章 大城传媒——一个主流大报的传奇故事

- 一、“炒股票，看商报”
- 二、改版，与时俱进！

三、受众之变

四、管理体制不断完善和成熟

五、全面提升、整体转型

六、商报人的传奇故事

第五章 商报经营团队——让智慧引导远航

- 一、科学的经营管理方式
- 二、完善内容评价体系
- 三、精准发行

中篇 大报密钥创新传媒价值

密钥1 积极推进市场化——抢占先机

- 一、从市场中来到市场中去
- 二、万变不离市场，先下手为强
- 三、营销决策科学化——数据营销

密钥2 传媒经营企业化——以改制为推手

- 一、借鉴现代企业制度理论，推动公司化改制
- 二、汇融破题，实现彻底转型
- 三、事业部制模式拓展行业价值
- 四、同行关注、认可：影响力为证

密钥3 管理革新：扁平、精细联动

- 一、扁平化管理
- 二、精细化管理
- 三、重庆商报社精细化管理面面观

<<策动传媒>>

密钥4 资本运作——纵向横向经营多元化

- 一、有缘无份擦肩而过
- 二、失之东隅收之桑榆

密钥5 强化品牌经营——去同质。

张个性

- 一、“市场似棋局，品牌是王牌”——《重庆商报》的品牌思想
- 二、与高戈合作的品牌故事
- 三、《重庆商报》品牌构建三部曲
- 四、《重庆商报》品牌推广秘籍
- 五、品牌价值实现——经营性专刊的开办
- 六、融合媒体的立体推广
- 七、商报“子品牌”推广和构建

密钥6 人才制胜：海陆空合成作战

- 一、打破对“事业编制”的迷恋
- 二、媒体发展此起彼伏，人才流动热潮汹涌
- 三、人才引进壮实力
- 四、《重庆商报》的人才管理密钥

密钥7 媒介融合，整合传播强实力

密钥8 精心筹划强内容：“主流、好看、轻松、有用”

- 一、主流轻松百态生活
- 二、关注民生好看有用
- 三、策划先行，胜在有谋
- 四、内容为王，影响力至上
- 五、标本性特刊和大型报道、深度报道——唱响主流

下篇 大报风度主流范本

第一章 策划报道

- 范例1 托起明天的太阳——“一帮一”助学活动
- 范例2 责任媒体：帮助贫困新生圆大学梦为希望续航
- 范例3 首届时尚产业周暨重庆商报七周年庆典
- 范例4 天街的呼唤·2004北城天街商业文化月系列推广活动
- 范例5 “我的亚太，我的家园”——第五届亚太城市市长峰会活动
- 范例6 世界的重庆：国际旅游小姐重庆行
- 范例7 重庆议程：“再造新三峡”
- 范例8 生命乐章：《拯救绝症乡村教师豆洪波》特刊
- 范例9 重庆发展新时空——“新航向”特刊
- 范例10 “庆直辖迎奥运做健康城市人——渝报·伊利2007健康中国行”
- 范例11 慈善如歌：爱心重铸梦的翅膀
- 范例12 2007·鹰榜活动
- 范例13 “黄金杯”港九期货实盘大赛
- 范例14 “震动大爱”：汶川“5·12”地震抗震救灾特刊策划
- 范例15 改革开放30周年纪念特刊：“重庆突破”
- 范例16 理财节：彰显商报价值能量
- 范例17 “京典”的经典：奥运特刊
- 范例18 倡议设立中国体育节获得国务院批准：全民健身日
- 范例19 金融危机后的“财富社区行”活动
- 范例20 “我是重庆——冷酸灵杯·2009中国重庆城市形象代言人评选”
- 范例21 重构中国IT版图：惠普富士康落户重庆

<<策动传媒>>

范例22 2009·重庆首届品牌文化节

范例23 “复苏，在路上”——全球金融危机周年特刊

范例24 中国乐章：建国六十周年纪念特刊

范例25 和谐渝州，幸福楼市：《重庆商报·渝州楼市》十周年特刊

第二章 策划传媒

范例1 周报先驱：《渝州服务导报》

范例2 “迅速成长的新媒体明星”：腾讯·大渝网发展纪实

后记

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>