第一图书网, tushu007.com

<<媒介营销管理>>

图书基本信息

书名：<<媒介营销管理>>

13位ISBN编号：9787301106846

10位ISBN编号：730110684X

出版时间：2006-9

出版时间：北京大学出版社

作者：张宏

页数：275

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

<<媒介营销管理>>

内容概要

任何媒体组织的经营管理都离不开战略的选择，然而市场的动态特征，要求媒体组织不断更新营销策略。

《21世纪新闻与传播学系列教材：媒介营销管理》旨在为动态环境变化下的媒体组织的经营提供不同的战略参考，并详细介绍各种战略的特点及执行细则。

《21世纪新闻与传播学系列教材：媒介营销管理》紧贴媒介营销管理的特点，从战略角度出发，详细阐述了媒介营销管理的基本构架，并深入结合管理学、营销学、经济学等学科的多重理论，从微观层面和宏观层面，多角度重新构筑了媒介营销管理体系。

《21世纪新闻与传播学系列教材：媒介营销管理》提供了丰富的国内外媒介案例，语言深入浅出，不仅适合大专院校相关专业的学生阅读，也适合专业的媒介营销管理者阅读。

打开《21世纪新闻与传播学系列教材：媒介营销管理》，你将进入一个全新的媒介营销课堂。

作者简介

张宏，日本神户大学经济学博士，中国传媒大学副教授。
公派留学期间，主要学习和研究商学、经济学和经营管理学，现在主要从事传媒经济、媒介营销和经营管理方面的教学和研究工作。
先后承担完成了多项部院级科研项目。
著有《电视剧制片管理——从项目策划到市场营销》（合著，北京大学出版社，2005年）。

书籍目录

第一篇　导论第一章　媒介营销管理导论第一节　媒介的营销与营销管理第二节　媒体组织与营销管理思考和练习第二章　媒介经济学第一节　媒介经济学教会我们什么案例研究　中央电视台是垄断的吗？
案例研究　中国的公共频道案例研究　中国的文化媒介产品或服务的贸易赤字与政府的保护第二节　媒介价格与成本是媒体组织生产决策的重要指标案例研究　湖南卫视“超级女声”广告价位急剧上升案例研究　政府的政策使媒体组织的供给曲线向左移动案例研究　中央电视台春节联欢晚会的广告收入第三节　媒介行业的市场特征与决策思考和练习第二篇　媒介营销战略第三章　媒介营销概论第一节　媒介营销和价值创造案例研究　E-mail、QQ、MSN、Blog第二节　媒介的营销手段和战略组合案例研究　现代图书营销思考和练习第四章　媒介市场与产品开发战略第一节　媒介消费市场案例研究　杂志社是否应该提高印刷和发行能力第二节　媒介产品或服务的策划和开发案例研究　中国电视节目类型的市场环境案例研究　手机制造厂商和移动运营商纷纷进入手机电视领域案例研究　Machinima在游戏中制作电影案例研究　TVB剧集的市场测试案例研究　新型消费者案例研究　你是会员吗？
思考和练习第五章　价格战略第一节　价格战略的目标、政策及制约第二节　价格设定战略的课题案例研究　电视剧的价格战略案例研究　媒体组织与广告公司的利益合作案例研究　文化媒介产品或服务的定价维持制度案例研究　《泰晤士报》和《每日电讯报》的价格战第三节　价格战略与战术第四节　价格战略的管理案例研究　媒介产品或服务的打折案例研究　媒体组织的回扣战术思考和练习附表第六章　媒介的营销渠道战略第一节　媒介的营销渠道的构成案例研究　《北京青年报》因发行渠道而成功第二节　营销渠道的运营与整合案例研究　“光线传媒”的节目进入教育电视台案例研究　从“蓝猫模式”看中国动画频道的产业链经营案例研究　日本的报业营销渠道模式思考和练习第七章　媒介的市场沟通战略第一节　营销沟通活动的目的案例研究　2005岁末档期电影宣传模式分析第二节　沟通效果分析案例研究　体育活动为媒体组织提供公关活动的机会案例研究　Vogue带着赠品进入中国案例研究　广告竞标与招商会是最大的促销活动思考和练习第八章　品牌与品牌强化战略第一节　品牌战略案例研究　《亮剑》亮剑央视，收视排名第一案例研究　《美国偶像》栏目品牌的权益案例研究　“第一财经”的品牌成长第二节　品牌强化战略思考和练习第三篇　媒介营销管理战略第九章　媒体组织营销管理概论第一节　媒体组织对环境进行营销管理案例研究　广电总局下令引进的动画节目不得在黄金时段播出第二节　媒体组织实施营销管理的目的及其战略案例研究　消费者外出机会的增加对媒体的影响思考和练习第十章　竞争战略第一节　市场竞争与竞争战略的目标案例研究　国内媒体对竞争压力的认识案例研究　教育电视台打造影响力和竞争力案例研究　北京市民报的竞争案例研究　中央电视台各个频道的新闻栏目的“竞争”案例研究　独播剧的冷　　思考案例研究　不仅仅是偶像剧第二节　竞争战略的手段案例研究　中央电视台的竞争优势案例研究　财经杂志媒体行业的波澜案例研究　分众传媒的市场缝隙战略案例研究　中国电影的“盲点”第三节　构筑营销管理体系进行竞争案例研究　广州地铁媒体出版免费“地铁报”案例研究　阳光卫视与凤凰卫视案例研究　安徽卫视与湖南卫视是专业化频道成功的典型吗？
案例研究　香港的武侠电影案例研究　浙江卫视“七剑出江南”案例研究　消费者购买的是报纸还是报社案例研究　安徽卫视只是“大卖场”的成功吗？
案例研究　门户网站竞争格局的转变思考和练习第十一章　事业领域多元化战略第一节　一些基本的事实第二节　经营压力带来事业多元化战略案例研究　植入式，广告新时代案例研究　衍生的商机案例研究　SMG的多元化经营第三节　多元化战略的理论基础案例研究　中国的媒体组织开始实现资源共享案例研究　电网公司会成为最大的互联网接入商吗？
案例研究　盛大的游戏刚刚开场第四节　多元化事业战略的定位案例研究　复星集团投资传媒的经营理念案例研究　SONY：用娱乐引导成长案例研究　5亿、20亿、180亿、350亿、450亿！
案例研究　网络、手机电视与电视媒体的关系案例研究　互联网公司纷纷进入搜索引擎事业领域案例研究　雅虎中国为阿里巴巴变身案例研究　梦工厂的梦醒了第五节　并购与战略性合作案例研究　分

众聚众合并，一统楼宇江湖第六节　媒体组织的资源分配战略思考和练习第十二章　国际化经营战略
第一节　媒体组织的国际化经营战略及其动机案例研究　中国品牌动漫产业的国际化还有多远？
案例研究　中国强化对外国媒体的管理案例研究　美国文化，“不容侵犯”案例研究　美国电影玩转世界第二节　国际化经营战略的影响案例研究　韩剧的世界攻势第三节　国际化经营战略的思考路径案例研究　迪斯尼全面启动中国攻略案例研究　美国探索频道将为中国观众量身订做节目案例研究　《国家地理》的资源转移战略案例研究　开发自有知识产权的技术难在何处？
思考和练习

编辑推荐

此商品有两种封面，随机发货！

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