第一图书网, tushu007.com

<<传媒竞争力>>

图书基本信息

书名：<<传媒竞争力>>

13位ISBN编号：9787309043877

10位ISBN编号：7309043871

出版时间：2005-02

出版时间：复旦大学出版社

作者：丁和根

页数：406

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

在竞争日趋激烈的市场环境中，传媒竞争力问题是传媒理论界和业界共同关注的焦点。
本书从辨析传媒竞争力的基本概念入手，对传媒竞争力的评价理论进行了阐发，初步构建了传媒竞争力的评价指标体系和分析模型，为传媒跟踪监测和评估自己的竞争力状况提供了理论基础和操作方法。
本书还从传媒竞争力管理的角度，提出了基于核心能力的传媒竞争力战略，论述了传媒辨识和培育核心竞争力的战略手段和战略路径。
全书见解独到、语言精炼、逻辑严谨、体系完备，是国内第一部对传媒竞争力问题进行全面、系统和深入探讨的专著，对传媒研究者和经营管理者都有较高的参考价值。

<<传媒竞争力>>

书籍目录

导论第一章 传媒竞争力的多元审视 第一节 传媒竞争力的界定 第二节 传媒竞争力的性质 第三节 传媒竞争力的层次 第四节 传媒竞争力的表现形态第二章 传媒竞争力研究的经济学范式 第一节 传媒竞争力的影响因素 第二节 考察传媒竞争力的两个指标 第三节 传媒竞争力评价的基本方法第三章 传媒竞争力的评价指标体系 第一节 指标体系的类型及构建原则 第二节 总体性评价指标体系 第三节 分类性评价指标体系第四章 基于核心能力的传媒竞争力战略 第一节 传媒竞争力的战略管理 第二节 基于核心能力的传媒竞争力战略 第三节 传媒核心能力的辨识与培育第五章 传媒竞争力的内部创新战略 第一节 传媒的技术与业务创新 第二节 传媒的组织与管理创新 第三节 传媒的企业文化创新 第四节 传媒创新是一项系统工程 案例: 大众报业集团的编采机制创新第六章 传媒竞争力的外部整合战略 第一节 左右互联的横向整合 第二节 上下渗透的纵向整合 第三节 交叉扩张的多元整合 第四节 实施整合的成本效应 案例: 新华报团的纵向整合战略第七章 传媒竞争力的品牌营销战略 第一节 传媒的品牌营销 第二节 传媒品牌的创立 第三节 传媒品牌的扩张 第四节 传媒品牌的维护 案例: 南方报团的多品牌战略第八章 传媒竞争力的人才开发战略 第一节 现代传媒的人才理念 第二节 核心能力的人才保障体系 第三节 组建专业人才团队 第四节 建设学习型组织 案例: 凤凰卫视的用人之道第九章 塑造中国传媒业的国际竞争力 第一节 全球视野中的中国传媒业差距 第二节 中国传媒业必须走向国际市场 第三节 塑造中国传媒业的国际竞争力主要参考文献后记

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