

<<中国电视传播管理概论>>

图书基本信息

书名：<<中国电视传播管理概论>>

13位ISBN编号：9787504342041

10位ISBN编号：7504342041

出版时间：2004-3-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：李晓枫,柯柏龄

页数：515

字数：375000

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>

<<中国电视传播管理概论>>

内容概要

本书是一本全面介绍中国电视传播管理理论和实践的拓荒之作。全书从电视管理的一般原理、电视管理的前沿预测、电视管理的具体对象三个方面对电视管理进行了论述，理论性、操作性兼备内容系统、全面，颇具时代性、前沿性，包含了许多相当新的电视管理理论研究成果，无论对电视管理实践者还是研究者，都具有重要的参考价值。

<<中国电视传播管理概论>>

书籍目录

前言上篇 电视传播一般管理原理 第一章 电视传播管理概说 第一节 电视传播管理的内涵、意义 第二节 国际电视传播管理概览 第三节 中国电视传播管理的历史与现状 第四节 电视传播管理的“边际革新” 第五节 电视传播管理变革与文化创新 第二章 电视系统化管理 第一节 系统的定义和系统化管理的内涵 第二节 电视系统化管理的现状 第三节 电视系统管理的方式 第三章 电视目标化管理 第一节 目标和目标管理 第二节 电视目标化管理的定义、层次和基本特征 第三节 电视目标化管理现状和基本操作 第四章 电视专业化管理 第一节 电视专业化管理的定义和内涵 第二节 行政区域间电视专业化管理的现状 第三节 行政区域内电视专业化配置的现状 第四节 电视台内部专业化管理的现状 第五章 电视产业化管理 第一节 产业、产业化与电视产业化 第二节 电视产业化的必然性与外部条件 第三节 电视产业化经营的内部条件与初步探索 第四节 资源整合是电视产业化的必由之路中篇 当代电视管理前沿预测 第一章 当代中国的电视管理体制 第二章 电视的集团化 第三章 电视的大众化 第四章 电视节目的品牌化下篇 电视传播的分类管理 第一章 电视节目的质量管理 第二章 电视财务成本管理 第三章 电视资源管理 第四章 电视广告管理 第五章 电视管理整合营销 第六章 电视人力资源开发与管理 第七章 电视技术管理 第八章 电视传播社会效益测评 第九章 电视传播经济效益测评参考书目编后记

<<中国电视传播管理概论>>

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>