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：9787508036205

10位ISBN编号：7508036204

出版时间：2005-1

出版时间：华夏出版社

作者：张小争,喻国明

页数：279

字数：300000

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

传媒产业价值链是指我国传媒业未来的发展，有着一个巨大的经营重点的转型，即从过去个别的“点”式经营重点，进入到规模化的媒介集团的“结构”型经营重点的转型。
产业价值链是以某项核心价值或技术为基础，以提供满足消费者某种需要的效用系统为目的、具有相互衔接关系的资源优化配置和组合。

作者简介

喻国民，中国人民大学新闻学院教授，博士生导师。
中国人民大学舆论研究所所长。
早在20世纪80年代中，他所得出的关于“传一受互动方格”理论、新闻体制选择的多维性理论以及他对中国新闻改革现实动因和未来走向的分析，等等，都是极富建树的理论创新成果，其中不少概念已

<<传媒竞争力>>

书籍目录

竞争背景下的传媒价值提升战略（代序）第一部分 ：专论 1 传媒业转型： 从规模竞争到结构竞争 中国传媒业正处理深刻转型的关键点上 从“ 喉舌论 ”到提供社会信息安全保障：我国传媒体制正酝酿着重大调整 新闻传播的价值诉求将发生两大转型：资讯提供——构建保障社会安全的“ 网 ”；意见表 达——构建活跃的公共话语平台 我国媒介经营模式正在发生的嬗变与市场发展的战略的重点的转移 2 传媒竞争力： 资源组合与优化的三种模式 3 产业竞争模型与传媒价值链重塑 迈克尔 · 波特的产业竞争分析模型、价值链理论及其局限性 东方智慧视角下的传媒产业链重塑 传媒产业链重塑的现实模式选择 4 获取竞争优势 传媒集团价值链的构建 价值链理论与企业集团竞争优势 传媒集团和传媒集团价值链 媒介集团如何获取竞争优势 5 谁是最后的赢家 大传媒产业价值链整合 产业价值链整合第二部分：案例解析 6 新闻集团价值链研究 新言 新闻集团结构 新闻集团内部价值链分析 新闻集团外部价值链分析 新闻集团产业价值链演变 新闻集团价值链在中国的延伸 7 维亚康姆价值链分析 8 美国在线——时代华纳回归考察 9 迪斯尼产业价值链分析报告 10 贝塔斯曼价值系统分析第三部分：产业分析 11 电影产业价值链 投资机会与竞争力模式 12 报业价值链管理 竞争力联盟效应后记

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