

<<媒介经营与管理>>

图书基本信息

书名：<<媒介经营与管理>>

13位ISBN编号：9787560974668

10位ISBN编号：756097466X

出版时间：2012-1

出版时间：华中科技大学出版社

作者：严三九，刘怡，庄洁

页数：260

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>

<<媒介经营与管理>>

前言

前言 改革开放三十多年来,我国媒介业的面貌与内涵、品种与数量、结构与布局、管理与技术,都发生了很大的变化。

市场经济条件下,媒介业经营管理的发展空间还相当大。

面对经济全球化、信息传播全球化的发展,数字化、信息化、网络化的普及,我们正在进入全媒体时代和媒介化社会。

我国媒介业面临着前所未有的压力和挑战。

如何应对挑战、增强活力、扩大实力、提高竞争力?

需要媒介业的经营管理者坐下来冷静思考,认真总结过去的实践经验,进行理论、体制和机制方面的创新,不断开拓思路,从中找出规律性的东西,探索与竞争对手抗衡的办法,提升传媒的创新能力,推动我国传媒业又好又快发展。

因此,如何进行科学、有效的经营管理,直接关系到媒介的生存和发展。

我们在长期教学和实践的基础上,经过多年的调查和积累,完成本书的编写工作。

本书吸取了不少专家、学者在媒介经营与管理方面的最新的研究成果,并得到了不少媒体朋友的支持和帮助,在此,致以衷心的感谢!

感谢华中科技大学出版社社长和总编辑,感谢责任编辑肖海鸥老师,他们为本书的出版做了许多卓有成效的工作。

在编写过程中,还得到了华东师范大学传播学院分党委书记朱梅老师的支持和帮助,在此,表示深深的谢意!

参加本书编写工作的成员主要是华东师范大学传播学院从事媒介经营管理实践、教学和研究工作的教师和研究生。

严三九组织编写,并承担大部分内容的编写工作,博士研究生刘怡编写第三章、第五章、第六章,博士研究生庄洁编写第四章、第九章、第十二章 已毕业的研究生巩晓亮、周喆、秦凌、黄嵩、季宸东做了前期资料的收集、整理和部分章节的编写工作。

由于我们水平有限,书中疏漏和错误之处在所难免,真诚地希望读者批评指正。

<<媒介经营与管理>>

内容概要

市场经济条件下，媒介业经营管理的发展空间还相当大。面对经济全球化、信息传播全球化的发展，数字化、信息化、网络化的普及，我们正在进入全媒体时代和媒介化社会。我国媒介业面临着前所未有的压力和挑战。如何应对挑战、增强活力、扩大实力、提高竞争力？需要媒介业的经营管理者坐下来冷静思考，认真总结过去的实践经验，进行理论、体制和机制方面的创新，不断开拓思路，从中找出规律性的东西，探索与竞争对手抗衡的办法，提升传媒的创新能力，推动我国传媒业又好又快发展。

<<媒介经营与管理>>

作者简介

《媒介经营与管理》主要讲述媒介经营与管理的基本理论及其应用，共十一章，主要包括媒介领导、媒介生产管理、媒介财务管理、媒介人力资源管理、媒介战略管理、节目主持人管理、媒介集团化管理、媒介品牌经营、媒介资本运营等内容。

<<媒介经营与管理>>

书籍目录

- 绪论 媒介经营管理概述
- 第一节 媒介经营管理的基本概念
- 第二节 媒介的生存环境
- 第三节 媒介经营管理的基本要求
- 第一章 媒介组织结构
- 第一节 媒介的组织形式
- 第二节 媒介的组织结构设计
- 第二章 媒介管理者和领导者
- 第一节 媒介的管理者和领导者
- 第二节 担任媒介领导者的条件
- 第三章 媒介策划
- 第一节 媒介策划概述
- 第二节 媒介策划的基本原则
- 第三节 媒介策划步骤
- 第四章 媒介市场
- 第一节 媒介市场的概念和特性
- 第二节 媒介市场的类型
- 第三节 媒介市场分析
- 第五章 媒介产品营销
- 第一节 媒介产品营销概述
- 第二节 媒介产品营销的价值策略
- 第三节 媒介产品营销的消费者消费成本
- 第四节 媒介产品营销的便利性策略
- 第五节 媒介和消费者沟通
- 第六章 媒介生产管理
- 第一节 媒介生产流程管理
- 第二节 媒介生产成本管理
- 第七章 媒介财务管理
- 第一节 媒介财务管理的内容和要求
- 第二节 媒介财务管理的实施
- 第三节 媒介财务状况的监测
- 第四节 媒介财务分析
- 第八章 媒介人力资源管理
- 第一节 竞争优势与人力资源
- 第二节 媒介人才的选择任用
- 第三节 媒介人力资源的培训与发展
- 第四节 媒介人力资源的绩效考核
- 第五节 21世纪媒介人力资源管理的发展
- 第九章 媒介战略管理
- 第一节 媒介战略管理概述
- 第二节 媒介战略应用分析
- 第十章 节目主持人管理
- 第一节 节目主持人管理的本质和原则
- 第二节 主持人管理的有效举措
- 第三节 主持人管理的创新

<<媒介经营与管理>>

第十一章 媒介集团化管理

第一节 媒介集团化管理的思路与策略

第二节 媒介集团化管理的设计与运作

第十二章 媒介品牌经营

第一节 媒介品牌经营概述

第二节 媒介品牌的价值

第三节 媒介品牌的设计

第四节 媒介品牌的推广

第五节 媒介品牌的延伸

第十三章 媒介资本运营

第一节 媒介开展资本运营的理论依据和现实需要

第二节 当前媒介资本运营的主要形式

第三节 实现媒介与资本市场互动双赢

第十四章 媒介经营与管理案例分析

参考文献

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>