

<<媒介管理>>

图书基本信息

书名：<<媒介管理>>

13位ISBN编号：9787811351897

10位ISBN编号：7811351897

出版时间：2009-9

出版时间：暨南大学出版社

作者：支庭荣

页数：357

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>

<<媒介管理>>

内容概要

作为媒介的管理者，以下问题一定会经常萦绕在你的脑际：在未来的十年中，你将遇到什么机遇和挑战？

你是否有一个五至十年的市场战略计划使你能够走在受众需求的前头？

你是否对市场调查和研究的方法有深入的了解？

你是否愿意在多种媒介的选择中推销你的品牌？

你是愿意增加受众和广告的市场份额，还是更愿意削减开支？

你的品牌是以什么形象出现在客户面前——一个新闻把关人？

国家或社区价值的代言人？

还是一个服务提供商……或许另有一个更为根本性的问题：你所服务的媒介的公信力和影响力正逐步增强，还是随风而逝？

本书的第一个特点是把市场意识贯穿于媒介管理过程的始终。

第二个特点是把社会主义市场经济定格为媒介管理的制度环境。

第三个特点是以媒介个体的成长作为全书的基本线索。

<<媒介管理>>

书籍目录

序第一章 媒介管理的基本概念 第一节 管理概述 第二节 媒介管理概述 第三节 现代媒介的生存环境 第四节 现代媒介管理的基本要求第二章 媒介组织 第一节 组织理论的内容 第二节 媒介的技术特性与组织形式 第三节 媒介的内部治理结构 第四节 媒介的组织结构设计第三章 媒介领导 第一节 管理者与领导者 第二节 领导与领导工作 第三节 媒介的管理者与领导者 第四节 担任媒介领导者的条件 第五节 媒介领导者的职业伦理第四章 媒介市场分析 第一节 媒介市场的概念与模式 第二节 消费者选择与媒介的市场回应 第三节 市场结构与媒介的市场行为 第四节 外部环境与媒介经济运作的政府介入 第五节 媒介市场分析的具体步骤第五章 媒介策划 第一节 策划与媒介策划 第二节 媒介的长期策划 第三节 媒介的中期策划 第四节 媒介的短期经营策划第六章 媒介的产品营销 第一节 报纸的发行 第二节 广播、电视的节目经营 第三节 网络的内容经营第七章 媒介的广告营销 第一节 报纸广告版面的销售 第二节 广播、电视广告时间的销售 第三节 网络的广告销售第八章 媒介的生产管理 第一节 媒介的生产流程及其特性 第二节 媒介的采编业务管理 第三节 报纸的印务管理 第四节 广播、电视的节目制作与播出管理 第五节 媒介的设备管理第九章 媒介的财务管理 第一节 媒介财务管理的内容与要求 第二节 媒介财务管理中的会计信息 第三节 媒介财务管理的环节与过程 第四节 媒介财务管理的规范化第十章 媒介的人力资源管理 第一节 媒介的人力资源需求 第二节 媒介人力资源管理的原则与内容 第三节 媒介人力资源的聘用管理 第四节 媒介人力资源的开发、保护与激励第十一章 媒介的战略管理第十二章 媒介的集团经营第十三章 媒介的品牌经营第十四章 媒介的资本经营第十五章 媒介的跨国经营参考文献后记

<<媒介管理>>

章节摘录

二、管理会计信息 管理会计强调在决策时管理者对会计信息的需求。

预算是最常被管理者使用的会计信息格式。

预算管理通常是媒介财务管理的核心。

财务核算以预算为前提，围绕预算进行，并依据控制状态进行不同程度的预算控制。

1.预算与财务计划、决策 有效的财务管理要求做详细的计划与控制。

计划用货币的形式表达了媒介的计划和目标，通过财务计划把决策目标具体化、系统化。

控制则包括对设想的与实际的收支的比较，通过对计划实施中的一切耗费进行严格的计算和监督，将各项实际耗用量限制在计划标准确定的范围内。

如果出现脱离计划或标准的地方，应即刻分析原因，采取对策，确保决策目标的实现。

基本的计划与控制手段就是预算。

财务部门参与财务计划与控制，不是简单地进行数据汇总和收支核算，而是要根据决策制定目标利润，采用滚动预算、标准成本制度等科学方法，编制预算，进行存货和成本控制。

财务决策是在预测的基础上，充分考虑经营和投资的各种可能，在所有可供选择的经营或投资方案中，确定技术与经济最优方案为最终方案。

在市场、技术可行的前提下，经济评价是决定各项方案是否有生命力及进行最终取舍的依据。

财务部门参与的经济活动的预测、决策，要根据决策目标的有关信息资料，如可行性报告，运用本量利分析原理，计算有关经营决策方案的成本、数量、单价、利润的不同组合而取得各项评价指标，并且以现值法为基础，计算有关投资决策方案的投资回收期、投资回收额、投资回报率等各项评价指标，对可供选择的各方案进行对比、分析、论证，正确的财务评价，为最终筛选出最优的实施方案提供有说服力的依据。

投资方案确定后，财务部门还应参与投资合同的审定，从维护媒介经济利益的角度对投资合同各条款进行经济审核。

财务预测就是根据过去和现在已有的材料，对经济活动未来可能发展的趋势作出事先估计和推断。

预算是策划过程的一部分，预算的基本要素是预测，故预算是对未来的一种处置。

当预算是为整个组织而做时，称为利润计划或主要预算计划；部门预算称为营运预算。

<<媒介管理>>

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>