

《新媒体管理：从战略到布局》

图书基本信息

书名：《新媒体管理：从战略到布局》

13位ISBN编号：9787121277328

出版时间：2016-1-1

作者：谢少常

页数：268

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《新媒体管理：从战略到布局》

内容概要

《新媒体管理：从战略到布局》一书经由媒体的沿革来阐述新媒体出现的必然性，以及对媒体生态圈产生的深刻影响；全面讲述了新、旧媒体间的区别、联系以及旧媒体模式向新媒体模式转型的可能性。通过大量实例，揭示新媒体运维的特征和规律，并在具体运营管理上给出诸多模式和建议。

《新媒体管理：从战略到布局》

作者简介

谢少常，1970年出生于北京，文化评论人，资深媒体人。历任《中国科学报》编辑、美国ZD集团《SMARTRESELLER》杂志副总编、eNET硅谷动力公司新闻采编部总监、CNET中国（现哥伦比亚广播公司（中国）公司）SP《计算机产品与流通杂志》副总编、美国国际数据集团（InternationalDataGroup）《电脑商报》信息部总监、成功创办中国数字医疗网。著有《本真世界论》《紫屋集》《芜成集》《O一集》《容月集》《流光集》、《铁路集》等哲学、人文、诗歌类专集。1996年在《中国科学报》期间，担任要闻版编辑，后来负责报社网站的搭建和内容更新，是中国很早的互动型科学媒体；1999年，在eNET硅谷动力期间，负责新闻采编以及互动内容频道的规划与创建，构建了当时具有影响力的IT内容互动社区。2003年，在CNET（中国），创办《MP移动先锋》杂志，是国内**针对移动应用的杂志，风格时尚，内容前卫，率先在中国倡导移动媒体、移动娱乐、移动支付等概念；著名学者胡泳先生以及著名写手猛小蛇一直是杂志的专栏作家。

书籍目录

第一章 媒体的本质与沿革

1

1.1 认识传媒的本质

2

1.2 传媒存在的意义

6

1.3 信息技术对传媒的推动

13

1.4 中国的现状

16

第二章 从有序到混沌：新媒体到底颠覆了什么

19

2.1 传统传媒的经营模型和产业环境

20

2.2 新媒体的特征

28

2.3 新传媒的分类与经营模式初探

35

第三章 共浸：新媒体的方向与策略

84

3.1 目标受众的确定

86

3.2 传播介质与跨界融合

91

3.3 商业模式梳理

99

3.4 利基市场：方向的选择与坚守

106

3.5 投资策略

111

第四章 利益的分配 媒体平台的运作之道

113

4.1 传统媒体的利益分配模式：中国稿酬误区

116

4.2 新媒体的利益分配模式

119

4.3 基于广告利益分配的策略

121

4.4 演艺平台和内容直播平台

124

第五章 新媒体的内容生产管理

127

5.1 workflow 管理

129

5.2 Push模式与UGC模式

132

5.3 Push模式会死掉么

147	
5.4	新媒体时代的编辑部和编辑
150	
5.5	如何提升内容团队的战斗力
156	
5.6	网站专题
165	
	第六章 新媒体的整合营销
168	
6.1	内容营销
175	
6.2	品牌塑造
179	
6.3	广告及未来的广告
184	
6.4	新媒体的广告客户管理
190	
6.5	调研服务与大数据
194	
6.6	竞争情报分析
199	
6.7	会议展览
203	
6.8	从O2O活动到O2O模式
207	
6.9	高价值内容销售
211	
	第七章 移动媒体与App
213	
7.1	媒体是不是要开发自己的App
216	
7.2	移动终端的发展远景
219	
7.3	在移动媒体之外的空间
224	
7.4	视频和演艺App
226	
7.5	内容碎片化、多元化与洗脑
230	
7.6	App团队的建立
235	
	第八章 新媒体公司的管理策略
238	
8.1	传统媒体和新媒体组织架构对比
239	
8.2	面向业务发展方向的绩效考核
241	
8.3	重视技术团队和数据分析团队
244	

8.4 建立面向未来的合作性组织

247

8.5 小就是美

248

第九章 面向未来的新媒体

250

9.1 新媒体推进多元化世界发展

253

9.2 新媒体对政体的影响

254

9.3 信息技术的发展对新媒体的影响

257

结束语 对瓶颈问题的思考

260

附录

262

附录1 常用媒体术语

262

附录2 仅与新媒体相关的常用术语

265

附录3 互联网广告基本样式和收费方式

268

《新媒体管理：从战略到布局》

精彩短评

1、知识点充分，我外行也看得懂。事例有意思，整本读完了。再看一遍。（书的触感很重要，摸起来很舒服）

《新媒体管理：从战略到布局》

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：www.tushu000.com