

《当代传媒经营管理》

图书基本信息

书名：《当代传媒经营管理》

13位ISBN编号：9787306030351

10位ISBN编号：7306030353

出版时间：2008-3

出版社：中山大学出版社

作者：钱晓文

页数：314

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

《当代传媒经营管理》

内容概要

《当代传媒经营管理》以新的视角，从理论与实践两个层面探讨了传媒基于核心竞争力的经营战略、扁平高效的组织结构（包括集团化管理）、以消费者为导向的营销管理、传媒广告经营问题分析、资本运作的现状与趋势、“内强素质、外树形象”的品牌管理、传媒人力资源管理的创新、传媒的全球化与本土化、以内容产业为目标的数字化战略、传媒监管体制改革、传媒核心竞争力的铸造与维护，以及传媒管理与社会责任等内容，其中包括许多研究甚少的新问题，并对传媒管理中的利与弊作辩证的分析。《当代传媒经营管理》不仅适合传媒专业人士、大专院校学生，也适合其他对传媒有兴趣的读者，对提高读者的传媒素养将大有帮助。

《当代传媒经营管理》

作者简介

钱晓文，复旦大学新闻传播学博士，上海建桥学院文化传播系副教授、学术带头人。从事传媒研究与教学工作10余年，主要涉及传媒经济、网络传播、新闻史等领域，已发表论文20余篇，参与编撰《中国新闻事业史新编》(高等学校新闻传播专业基础课程教材)、《上海新闻志》等。

《当代传媒经营管理》

书籍目录

第一章 传媒经营管理导论 第一节 新闻是不是商品 一、传媒的内涵及作用 二、传媒产品是商品吗
第二节 传媒进入经营管理时代 一、什么是管理 二、传媒企业化管理 第三节 传媒管理学的学科性质
一、传媒管理学的内涵 二、传媒管理学的学科性质 三、学习传媒管理学的意义第二章 传媒的
经营战略 第一节 传媒战略及其功能 第二节 传媒战略的类型 第三节 传媒战略制定 第四节 传媒战略
之执行与控制 案例分析 维亚康姆独行的经营战略第三章 传媒的组织结构 第一节 传媒组织结构设计
及其原则 第二节 传媒组织结构的形式与变革 第三节 传媒与决策 第四节 我国传媒组织结构的创新
案例分析 美国报业集团的组织形式和内部管理第四章 传媒市场营销管理 第一节 传媒市场营销管理概
述 第二节 传媒的消费者行为分析 第三节 传媒的目标市场经营 第四节 传媒的市场营销组织 第五节
传媒产品的开发与营销 案例分析 《今日美国》的市场营销策略第五章 传媒的广告经营 第一节 传媒
与广告第六章 传媒财务管理第七章 传媒的资本运营第八章 传媒的人力资源管理第九章 传媒的
品牌管理第十章 传媒的数字化战略第十一章 传媒的全球化管理第十二章 传媒的监管体制第十三章
传媒与核心竞争力第十四章 传媒管理与社会 responsibility 主要参考文献后记

精彩短评

1、所以我们的教材都很冷门

《当代传媒经营管理》

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：www.tushu000.com