

《基于价值链重构的报业集团竞》

图书基本信息

书名：《基于价值链重构的报业集团竞争战略研究》

13位ISBN编号：9787560738390

10位ISBN编号：7560738397

出版时间：2009-4

出版社：山东大学出版社

作者：林忠礼

页数：242

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

《基于价值链重构的报业集团竞》

内容概要

《基于价值链重构的报业集团竞争战略研究》运用经济学、企业管理学与媒介传播学的理论方法，首先研究报业集团价值创造的特殊性，并根据这一特殊性提出报业集团价值链的新分类，在此基础上提出了报业集团价值链管理的必要性，分析了重构的内生与外生决策要素，建立了报业集团价值链重构的新模式；其次，针对我国报业集团价值链的新分类以及重构思路，提出适合我国报业集团的不同竞争战略模式；最后，对《基于价值链重构的报业集团竞争战略研究》所提出的我国报业集团价值链管理及竞争战略新框架、新模式，通过实证研究和典型案例专题研究的方式，阐明、印证其理论、实践价值。

《基于价值链重构的报业集团竞》

作者简介

林忠礼，1965年出生于山东海阳。山东大学管理学博士。硕士研究生毕业至今一直从事传媒领域工作，先后任大众日报编辑、记者，生活日报编委，齐鲁晚报、生活日报副总编辑，现就职于大众报业集团。作者始终关注传媒业尤其是报业领域出现的新理论、新问题，先后在《中国记者》、《传媒》、《山东社会科学》、《青年记者》等杂志发表论文十余篇，出版《证券投资实务》图书一部。

《基于价值链重构的报业集团竞》

书籍目录

第1章 导论1.1 选题的背景1.2 研究问题的理论价值与现实意义1.3 有关概念的界定1.4 本书的研究思路、方法1.5 结构安排与创新点第2章 相关文献综述2.1 有关价值链理论综述2.2 有关企业竞争战略理论综述2.3 有关报业集团价值链及竞争战略理论述评2.4 本章小结第3章 报业集团价值链诊断与重构设计3.1 报纸、报业市场、报业集团价值链的特征3.2 报业集团价值链重构决策因素分析3.3 报业集团价值链重构的模式分析3.4 本章小结第4章 价值链重构基础上报业集团竞争战略设计4.1 基于基本价值链的报业集团一般竞争战略4.2 基于延伸价值链的一体化扩张战略4.3 基于拓展价值链的多元化扩张战略4.4 基于虚拟价值链的报业集团外包战略4.5 基于价值网络的报业集团竞合战略4.6 本章小结第5章 报业集团价值链重构、竞争战略与绩效关系的实证研究5.1 研究模型设计与假设提出5.2 变量定义与问卷设计5.3 问卷发放与数据收集5.4 研究变量效度与信度检验5.5 研究变量描述性统计分析5.6 假设检验与统计分析5.7 本章小结第6章 典型案例研究6.1 广州日报报业集团的价值链重构6.2 南方报业传媒集团围绕内容制造多品牌延伸6.3 大众报业集团的产业链接与品牌经营6.4 本章小结第7章 结论与有待进一步研究的问题7.1 基本结论7.2 政策建议7.3 有待进一步研究的问题附录：基于价值链重构的报业集团竞争战略研究调查问卷参考文献后记

第2章 相关文献综述 2.2 有关企业竞争战略理论综述 2.2.1 传统企业竞争战略理论 20世纪初，企业战略思考的重点放在组织内部活动的管理上（H.Fayol）；20世纪30年代，战略管理的重点在于创造组织的效率，研究如何使组织与环境相适应（Barnard，1938）；到20世纪60年代，以安索夫（Ansoff）和安德鲁斯（Andrews）为代表，第一次明确提出公司战略和竞争战略，强调战略管理是企业竞争中获胜的关键，把战略这一概念推向企业的管理实践中。安索夫在《公司战略》中指出，战略管理与以往经营管理不同之处在于面向未来，动态地、连续地完成从决策到实现的过程。在企业战略理论的发展过程中，上述战略理论都曾在一定时期内发挥过一定作用。但随着企业战略理论和企业经营实践的发展，企业战略理论的研究重点逐步转移到企业竞争方面，特别是20世纪80年代以来，西方经济学界和管理学界一直将企业竞争战略理论置于学术研究的前沿地位，从而有力地推动了企业竞争战略理论的发展。

（1）结构学派。20世纪80年代，迈克尔·波特在其著名的两部著作《竞争战略》（1980）、《竞争优势》（1985）中提出了战略定位的观点。波特认为，企业战略的核心是获取竞争优势，而获得竞争优势的因素有两个：一是企业所处产业的整体盈利能力，即产业吸引力；二是企业在产业中的竞争地位。

《基于价值链重构的报业集团竞》

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