

<<新闻事业经营管理>>

图书基本信息

书名：<<新闻事业经营管理>>

13位ISBN编号：9787040084535

10位ISBN编号：7040084538

出版时间：1999-12

出版时间：高等教育出版社

作者：吴文虎 编

页数：276

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>

<<新闻事业经营管理>>

前言

党的十一届三中全会以来，我国新闻事业进入了一个空前繁荣的时期。

报刊、广播、电视和通讯社等新闻媒介不仅在数量上有了大幅度的飚升，而且在质量上也有了显著的提高。

随着社会主义市场经济体制的逐步确立，新闻事业正在自觉地与信息产业联姻，并朝着媒介产业化的方向前进。

在这种情况下，新闻事业的经营管理，已成为新闻传播学科的一个重要内容和关系到新闻事业发展壮大的一个重要研究课题。

过去，在计划经济条件下，我国新闻事业的经营管理未能受到足够的重视，也没有提到应有的重要位置上来。

无论是办报、办台（电台、电视台）还是办社（

<<新闻事业经营管理>>

内容概要

《新闻事业经营管理》是教育部“高等教育面向21世纪教学内容和课程体系改革计划”的研究成果，是面向21世纪课程教材。

《新闻事业经营管理》试图以新的视角构建自身的理论框架和主要内容，从经济学、管理学、市场营销学和新闻学、传播学的理论角度研究我国新闻媒介实行企业化管理和集约化、规模化经营的特点和规律。

《新闻事业经营管理》注意吸收已有的，取得共识的观念和见解，并力求反映20世纪80年代以来我国和国际上新闻媒介经营管理的新经验和新趋势。

<<新闻事业经营管理>>

书籍目录

前言第一章 新闻事业经营管理学的学科地位第一节 新闻事业第二节 新闻事业和媒介产业第三节 新闻事业经营管理学的研究对象第四节 新闻事业经营管理学的学科地位第二章 新闻事业经营管理的原则与职能第一节 新闻事业经营管理观念的转变第二节 新闻事业经营管理的原则第三节 企业经营管理的一般职能第四节 新闻事业经营管理的职能第三章 媒介市场与产品营销第一节 市场和市场经济第二节 媒介市场研究第三节 市场细分和媒介市场定位第四节 媒介产品营销策略第五节 报刊发行与广播电视节 目营销策略第四章 媒介广告的经营管理第一节 媒介广告的地位和作用第二节 我国媒介广告经营的历史与现状第三节 媒介广告的管理第四节 媒介广告的经营第五章 媒介的生产管理第一节 信息传播流程与媒介生产的不同特性第二节 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六章 媒介的技术设备管理..第一节 印刷媒介的生产技术设备第二节 电子媒介的生产技术设备第三节 媒介生产技术设备的管理第七章 媒介的财务管理第一节 媒介财务管理概述第二节 媒介财务管理的环节 与过程第三节 媒介的资本经营第四节 媒介财务管理制度改革第八章 媒介的人力资源管理第一节 媒介人力资源管理的原则与内容第二节 媒介从业人员的素质分析第三节 媒介人力资源的开发.激励与保护第四节 媒介人事管理制度的改革第九章 媒介的公共关系第一节 公共关系与传播第二节 公共关系与市场营销第三节 媒介组织如何开展公共关系第十章 媒介产业化与集团化第一节 我国媒介市场化与产业化进程第二节 媒介产业化的基本途径第三节 集团化——媒介产业化发展的必由之路第四节 我国报业集团的组建与运作第五节 电子媒介集团的创设探讨第十一章 媒介管理机构与体制改革第一节 西方媒介企业现代管理体制的形成第二节 我国媒介管理体制的发展演变第三节 我国媒介机构与管理体制改革的若干思路后记

章节摘录

(四) 经济实体性。

在资本主义国家,近代新闻事业的主体为资产阶级所控制,一切传媒早已成为赚钱的工具,并逐步演变为报业集团、媒介集团等跨行业、跨国性的媒介产业组织。

我国新闻事业虽然强调其社会效益,但并不否定经济效益。

特别是在90年代以来,随着社会主义市场经济体制的逐步建立,许多新闻机构都加强了经营管理,实行经济核算,财政上自收自支,照章纳税,并不断扩大规模,使自身集约化、产业化、规模化和集团化。

这些都说明了我国的新闻事业已开始具备了经济实体的特征和属性。

四、新闻事业形成和发展的一般规律一般认为,新闻事业是社会发展到一定历史阶段的产物。

综观新闻事业的形成和发展,主要有以下四个基本规律:(一)新闻事业的形成和发展受社会经济水平的制约。

当考察新闻事业产生的社会背景时,我们就会发现不同发展水平的社会经济生活对于新闻事业有着至关重要的制约作用。

经济落后的奴隶社会,只有新闻活动而没有新闻事业;封建社会是自给自足的个体农业和家庭手工业相结合的自然经济,社会分工简单,商品生产很不发达。

当时虽然有古代报纸的出现,但因社会并无大量传递、交流信息的需求,报纸传阅的范围及其影响都相当小,并没有形成真正的事业的规模。

到了资本主义商品经济的发展时期,近代新闻事业才能得以形成和发展。

生产社会化的大工业和大规模的商品流通造成的交通发达、城市兴起、人口集中、资本扩张,人与人之间的联系越来越广泛、密切,不同经济利益集团之间的矛盾日益尖锐等,使人们意识到传播新闻信息的迫切性和重要性。

近代新闻事业正是在人力、物力、财力充裕的经济条件支持下,才得以迅猛发展起来。

直到今天,经济越发达的国家、地区,新闻事业也就越加兴旺;经济越落后的国家、地区,新闻事业也越不发达。

这就说明了,经济发展水平对新闻事业的形成和发展起着决定性的制约作用。

(二) 物质科技手段直接促进新闻事业的发展。

最初出现的以蒸汽机为动力的滚筒式印刷机,工效比人力印刷机高出10倍以上,对报刊的印刷、发行起了很大的推动作用。

电报的发明,加快了新闻的传递速度,使通讯社的业务迅速扩大。

广播、电视等电子传播技术的出现和应用,使新闻传媒的品种更加齐全,令受众耳目为之一新。

通讯卫星、光导纤维和电脑通信技术的使用,使新闻事业的采访、编辑、传输、印刷、发行、节目播送等各主要环节发生了一系列的重大变化。

这些都表明了,新闻事业的发展水平,直接依赖于物质技术设备与手段的高低。

后记

在溽热的暑假期间，我们完成了教育部下达的“面向21世纪教材内容和课程体系改革”的科研立项和教材编写任务，向广大读者献上了这部教科书，并以此向我们的祖国——中华人民共和国成立50周年献上一份薄礼。

平心而论，本书是一本抛砖引玉之作。

这并非自谦之词。

我们对媒介产业的经营管理知之甚浅，对经济学、管理学、市场营销学也涉猎不多。

之所以敢于承担这一任务，是出于对新闻教育改革的热诚，希望在这个有待开垦的处女地上能培育出一片尽管稚嫩而又有生命力的新苗。

参加本书编写的除本人外，还有两位获新闻学硕士学位的年轻教师。

其中

<<新闻事业经营管理>>

编辑推荐

《新闻事业经营管理》可作为高等学校专业教材，也可供社会新闻从业人员阅读。

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>