

<<透视BBC与CNN(媒介组织管理)>>

内容概要

在广播电视产业日益以市场为导向的大背景下，本书以全球两大媒体组织——公共服务性质的历史悠久的BBC和商业化运作的后起之秀CNN——为个案，比较研究了二者的文化背景、起源、战略目标和使命、组织竞争力、优势和劣势、关键人物的取向以及目前所面临的挑战，并在本书的最后对此项研究的普遍意义和针对特定媒体组织的借鉴意义给予总结。

<<透视BBC与CNN(媒介组织管理)>>

书籍目录

引言 BBC和CNN 理论基础 本项研究的有关问题 本书指南第一章 什么是组织文化 文化的构成 组织文化与组织行为的关系 沙因对“文化”的定义 文化的三个层面 作为产品和作为过程的文化 文化的多样性 职业文化以及其他亚文化 国家文化 文化的创立以及组织创建者的作用 文化与战略的关系 组织文化、组织成功与环境“近视” 沙因模式中强调的战略概念 从理论到实践第二章 维持现状不是一种选择——广播行业不断变化的环境 第一阶段：“打破平衡”阶段 政府管理的松懈 竞争加剧 全新的态度和需求 技术的发展降低了进入市场的门槛 环境变革的意义 第二阶段：数字革命和融合 技术驱动变革 因特网和万维网 信息的数字化 计算能力——更快捷、更廉价、更普及 带宽容量的增加 网络建设的标准化 融合 公司重组：收购、兼并和联盟 媒介工作流程的瓦解 对于广播组织的意义 争夺“眼球” 的竞争 有关消费者反响的不确定性 结论：维持现状不是一种选择第三章 大众模式的瓦解——广播活动不断变化的本质 广播行为及其产品 实现广播产品的价值 广播组织的资金来源 财政选择 可供选择的传送技术 广播组织 组织形式的选择 作为社会组织的广播电视机构 广播产品：节目

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>