

<<区域媒体竞争力>>

图书基本信息

书名：<<区域媒体竞争力>>

13位ISBN编号：9787308077149

10位ISBN编号：7308077144

出版时间：2010-8

出版单位：浙江大学出版社

作者：刘建民

页数：366

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>

<<区域媒体竞争力>>

内容概要

时代对媒体的要求将更为严格乃至苛刻，传媒创意的最后落脚点在于采编细节的创意突破。本书是以宁波平面传媒为研究对象的一次对区域媒体的创意采编能力的实证考察。本书从区域都市类平面媒体的核心竞争力建设入手，以宁波这个副中心城市的三家都市报纸为对象，抽取三个年度的部分报纸进行统计分析，建立实证研究数据库；从采编创新范式的角度对宁波都市类平面媒体近五年来的差异化进程进行深入分析点评。

<<区域媒体竞争力>>

作者简介

刘建民

浙江大学宁波理工学院法律与传媒分院副院长、媒体发展研究中心主任、法律与传媒实验中心主任、宁波市社会政策研究中心副主任；中国高教学会新闻学与传播学专业委员会理事、全国新闻学会理事；宁波作家协会诗歌创作委员会主任，宁波日报报业集团阅评顾问、新华社现代金报发展研究中心副主任。

高级编辑。

长期从事新闻工作，曾供职《新文化报》、《城市晚报》等数家强势媒体，任副总编辑：采写新闻作品百余万字，获中国晚报新闻奖、吉林新闻奖等奖项十数次；在《中国记者》、《新闻战线》、《新闻记者》等期刊发表新闻学论文30余篇；出版《创意格局与创新策略》、《行走的新闻》、《大地红》等新闻及文学著作8部。

研究方向：新闻实务、新闻融合、文化创意。

<<区域媒体竞争力>>

书籍目录

引言：一座城市和它的报纸卷一 区域化与创新力 1 区域媒体与传媒区域化 1.1 区域媒体理念梳理
1.2 传媒的区域化与区域传播 1.3 传播中心、传播腹地和传播网络 2 《宁波日报》：区域媒体的产业
布局 2.1 媒介发展根基：区域性新闻媒介的管理与机制创新 2.2 产业布局机遇：区域性新闻媒介的转
型与多元 2.3 现代服务战略：区域性新闻媒介的品牌与联合 3 大桥效应：区域媒体创新力 3.1 区域
媒体影响力的价值取向 3.2 权威、主流、高端、强势：大桥新闻盛宴 3.3 大策划：实现全方位跨越
3.4 大手笔：力推新闻精品 3.5 大作为：打造新闻团队 3.6 大传播：塑造媒体品牌 4 《现代金报》：
区域新闻“桥牌” 4.1 策划牌：先发制人抓新闻，后发制人推思想 4.2 独家牌：从独家资源到独家视
角、独家创意 4.3 互动牌：建立新闻共鸣主渠道 4.4 服务牌：媒体务必秉持的民生理念 5 县市报样
本：县域传播的区域霸主 5.1 背景：市场改变命运 5.2 《慈溪日报》：打造最具品牌的文化企业 5.3
《余姚日报》：从报纸经营到经营报纸 5.4 《鄞州日报》：“非典型”竞争中的特色突围 5.5 《奉化
日报》：在平稳中求发展 5.6 县域媒体生态：重塑强势格局卷二 差异化与竞争力 6 宁波：都市报现
状及媒介生态环境 6.1 宁波都市报的现状 6.2 宁波都市报的媒介生态环境分析 6.3 宁波都市报的发
展策略 7 量化比较2005：两虎相斗 7.1 两报本地新闻报道有关数据分析 7.2 两报替代率、差异系数分
析 8 量化比较2006：三分天下(上) 8.1 三报本地新闻报道有关数据分析 8.2 三报替代率、差异系数分
析 8.3 话题：宁波都市报可持续发展探讨 9 量化比较2007：三分天下(下) 9.1 关于传媒竞争力 9.2 宁
波都市报差异化竞争策略分析 9.3 三报替代率、差异系数分析 9.4 宁波都市报的发展对策选择卷三
实证数据库 10 数据库2005：《现代金报》和《东南商报》 11 数据库2006：《现代金报》、《东南商
报》和《宁波晚报》 12 数据库2007：《现代金报》、《东南商报》和《宁波晚报》卷四 采编范式观
察 13 金报今评 14 商报商榷 15 县市报阅评 16 日报观察 17 晚报品读 18 《新侨报》品读参考文献后记

<<区域媒体竞争力>>

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>