

<<电视内容产业核心竞争力研究>>

图书基本信息

书名：<<电视内容产业核心竞争力研究>>

13位ISBN编号：9787501192854

10位ISBN编号：7501192855

出版时间：2010-9

出版时间：新华出版社

作者：彭祝斌等

页数：201

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>

<<电视内容产业核心竞争力研究>>

前言

湖南大学彭祝斌教授送来三部书稿——《中国电视内容产业建设发展研究》《中国电视内容产业链成长研究》《电视内容产业核心竞争力研究》。

这是彭祝斌教授率领研究团队取得的系列研究成果。

第一部著作旨在从总体上系统地探讨中国电视内容产业建设发展中的重大实践和理论问题；第二部主要研究产业链成长问题，从电视内容产业链的形成、延伸与整合等层面，对电视内容产业链的成长理论展开深入系统的研究；第三部主要研究国际化、数字化背景下电视内容产业的核心竞争力问题，诸如电视内容产业核心竞争力的构成与生态、培育与维护、识别与评价等基本理论问题。

展卷细读，感觉该研究成果有四个突出的特点：其一，是研究选题的前瞻性。

凡事预则兴，不预则废。

产业未来的发展需要规划，对于成长中的中国电视内容产业来说，既需要有单次实战的谋划和经验总结，也需要有一般理论的考量与梳理，尤其是富于前瞻性的理论探索与思考。

传媒的产业化探索、媒介的数字化尝试、文化产业的改制、信息技术产业的成熟等，都将中国电视内容产业的发展推进到了一个转折阶段。

目前，国内关于中国电视内容产业的建设和发展的理论研究不多，有关电视内容产业链成长等方面的研究更是空白。

该研究选题切入的是国内电视内容产业建设发展实践和研究中最前沿的问题，于2005年获得国家社会科学基金立项资助。

<<电视内容产业核心竞争力研究>>

内容概要

《中国电视内容产业建设发展研究》是国家社会科学基金项目“中国电视内容产业建设与发展研究”（项目批准号05BXW007）的系列研究成果之一。

本书旨在从总体上系统地探讨中国电视内容产业建设发展中的重大实践和理论问题。

具体探讨了中国电视内容产业的市场基础、内在驱动、战略目标、资金保障、版权平台和运营模式等问题。

该课题的另外两项研究成果分别是《中国电视内容产业链成长研究》和《电视内容产业核心竞争力研究》。

总体来看，三部著作立足中国电视内容产业的建设发展实际，并借鉴国外成功经验，对中国电视内容产业建设发展中的重大问题展开了较为系统的研究。

初步构建起了电视内容产业建设发展研究的理论分析框架，无论是电视内容产业建设发展的总体研究，还是电视内容产业的产业链成长和核心竞争力研究，皆自成体系，具有较高的学术价值和应用价值。

无论对电视内容产业的业态发展还是理论研究，都是一个贡献。

<<电视内容产业核心竞争力研究>>

作者简介

彭祝斌，湖南武冈人，经济学博士、教授，国家教育部新世纪优秀人才支持计划获得者。主要研究领域为媒介经营管理、文化创意与活动产业。

现任湖南大学新闻传播与影视艺术学院院长、湖南大学学术委员会委员、国家教育部新闻学学科教学指导委员会委员、中国高等教育学会新闻学与传播学专业委员会理事、联合国教科文组织全球新闻教育改革中国专家组成员、新闻学国家特色专业建设点负责人、湖南省文化产业研究基地首席专家、湖南省高等学校实践教学示范中心负责人。

主持和完成国家及部省级科研项目15项，著有《媒介经营论》《媒介经营管理学导论》等著作教材8部，在中外学术刊物公开发表论文50多篇。

先后获湖南省教学成果一等奖、湖南省哲学社会科学优秀成果二等奖和部级优秀青年教师、湖南大学优秀教师等荣誉称号。

向志强，湖南绥宁人，经济学博士、博士后。

现为湖南大学新闻传播与影视艺术学院副院长、教授；湖南省文化产业研究基地研究员；中国新闻传播教育史学会理事；湖南省青年联合会第九届委员会委员。

主要研究方向为媒介经营管理、传播理论与方法、文化产业。

出版专著3部，参著4部，副主编教材部，参编教材2部；在《新闻与传播研究》《现代传播》《出版发行研究》《国际新闻界》等新闻传播核心期刊上发表论文80多篇，主持或参与省级以上课题20多项。

邓岷峰，媒介经营管理方向硕士，讲师，主要从事媒介经营管理和企业文化研究，曾参与多项国家、省部级课题研究，在省级以上报刊发表相关论文十余篇，现任长沙理工大学报编辑部主任。

<<电视内容产业核心竞争力研究>>

书籍目录

电视内容产业研究的新贡献（代序）第一章 绪论第一节 电视内容产业核心竞争力的研究背景一、电视内容产业的兴起二、电视内容产业的内涵三、电视内容产业的特征第二节 电视内容产业核心竞争力的研究基础一、关于企业竞争力的研究二、关于企业核心竞争力的研究三、关于传媒核心竞争力的研究第三节 电视内容产业核心竞争力的研究路径一、电视内容产业核心竞争力的研究误区二、电视内容产业核心竞争力的研究路径第二章 电视内容产业核心竞争力的内涵与构成第一节 电视内容产业核心竞争力的内涵一、电视内容产业一般竞争力二、电视内容产业核心竞争力第二节 电视内容产业核心竞争力的构成一、电视内容产业核心竞争力的构成要素二、电视内容产业核心竞争力构成要素的层级结构第三章 电视内容产业核心竞争力构成要素分析第一节 电视内容产业核心资源要素分析一、核心内容资源分析二、核心人才资源分析三、核心技术资源分析四、核心文化资源分析第二节 电视内容产业核心能力要素分析一、整合能力分析二、创新能力分析第四章 电视内容产业核心竞争力的生态环境第一节 经济文化环境一、全球经济环境二、文化传播环境第二节 政策环境一、国家文化政策二、制播体制改革第三节 技术环境一、卫星电视技术二、数字化技术三、网络技术四、视频点播技术第四节 市场环境一、电视内容生产的社会化二、国内竞争与国际竞争第五节 受众环境一、全球性受众二、类型化受众三、个性化受众第五章 电视内容产业核心竞争力的培育与维护第一节 电视内容产业核心竞争力的培育方法与步骤一、电视内容产业核心竞争力的培育方法二、电视内容产业核心竞争力的培育步骤第二节 电视内容产业核心竞争力培育和维持的策略一、创建学习型组织二、构建柔性化人力资源管理模式三、完善创新机制四、培植领导合力五、协同共进第三节 电视内容产业核心竞争力培育和维持的产业政策一、电视内容产业核心竞争力培育和维持产业政策的历史经验二、我国电视内容产业核心竞争力培育和维持产业政策的现实选择第六章 电视内容产业核心竞争力的识别与评价第一节 电视内容产业核心竞争力的识别一、核心竞争力识别的研究现状二、电视内容产业核心竞争力识别的原则三、电视内容产业核心竞争力识别的标准四、电视内容产业核心竞争力识别的路径与方法五、基于KSFs的电视内容产业核心竞争力的识别模式第二节 电视内容产业核心竞争力的评价一、电视内容产业核心竞争力评价的目的二、建立电视内容产业核心竞争力评价指标体系的原则三、电视内容产业核心竞争力评价的指标体系四、电视内容产业核心竞争力的模糊综合评判模型图表索引参考文献后记

章节摘录

综上所述,从长远来看,伴随经济全球化历史进程,特别是加入世贸组织之后,我国电视内容产业还有更长的路要走:它不仅对电视内容产品的数量与质量提出了要求,而且从民族文化的继承与弘扬上,还必须担负起反“文化渗透”的责任。

电视节目资源的优化配置已跨越了国界,追求规模效应和集约化经营已成为通行法则;中国加入世贸组织之后,海外电视内容企业巨头大举进入国内电视节目生产与包装、流通领域,参与国内资本、资源、人才、受众等多方面的竞争;与此同时,国外电视内容产品的进口大量增加,文化交流范围明显扩大,如何警惕和应对西方国家通过电视节目内容对我国进行意识形态渗透,也成为媒体文化产业面临的深层次的挑战和考验。

第二节 政策环境 一国电视内容产业能否参与全球竞争以及参与竞争的深度和广度,很大程度上取决于该国的产业发展政策环境的宽松与否,政策环境是一国电视内容产业生存与发展的前提和基础。

电视内容产业核心竞争力的培育和提升很大程度上也以适应产业发展的国家政策为保障。

政策环境主要指包括国家实施的产业政策及相关的法律法规等,积极的鼓励性政策能推动电视内容产业的诞生、发展并促进产业规模的扩大,同样,封闭的限制性政策也能使电视内容产业前景黯淡,甚至退出全球产业竞争的舞台。

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>