

<<把脉中国传媒>>

图书基本信息

书名：<<把脉中国传媒>>

13位ISBN编号：9787504355485

10位ISBN编号：7504355488

出版时间：2008-4

出版时间：中国广播电视出版社

作者：曹鹏

页数：326

字数：346000

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>

## <<把脉中国传媒>>

### 内容概要

本书是《新闻记者》杂志为作者所开设的常年个人专栏“传媒观察家”的结集，收入了2002年12月到2008年3月的全部文章，作者同时兼有新闻从业人员，媒介机构管理人员、学者与研究人员、新闻教育工作者的身份，从独立、超然的立场出发，较好地做到了实务与理论、操作性与思想性的结合。每月一篇，是中国传媒业现实状态与演进的记录，同时也是问题与分析的汇总，对关注中国新闻传播业的读者来说有很强的参考价值，是研究近年来中国新闻传播业改革与发展的重要资料。

<<把脉中国传媒>>

作者简介

曹鹏博士，1963年生于保定，先后在南开大学、中国人民大学就读十年，得学士、硕士、博士学位，1988年起居京，在中央新闻单位就职，兼任河北大学等多家大学教授。创办并主编了《中国斗画》《中国印》《美术文摘》《主流》等多种艺术、文化刊物。2001年出版《功夫茶话》印

<<把脉中国传媒>>

书籍目录

序写在前面的话1.传媒行业迫切需要理性指导2.传媒产业当顺应经济规律发展3.传媒业迎来前所未有的开放机遇4.媒介经营需要想象力与开阔视野5.传媒业发展与与时俱进6.传媒业日益与国际接轨7.传媒业如何应对危机考验8.国内传媒业日益理性而务实9.传媒人力资源管理面临变革10.新政策为传媒业带来了新机遇11.报业市场迎来新一轮创新浪潮12.传媒业面对的机遇与问题13.理性看待传媒市场新现象14.2003年中国传媒业20个关键词15.把新闻单位建设成学习型企业16.媒介经营需要更多的学识、智慧与悟性17.新闻业面临着前所未有的机遇18.中国传媒业进入新一轮繁荣期19.传媒市场转轨变型期更需要观念更新20.人力资源管理已是传媒业最薄弱的环节21.传媒经济景气指数上扬22.传媒机构的公关策略与艺术23.市场化运作的传媒领导怎么当？  
24.正视传媒市场双轨制的问题与矛盾25.传媒业须医治“国企病” 26.2004年中国传媒业15个关键词27.发行观念必须革故鼎新28.亏损报刊：何日不再捧着金饭碗要饭？  
29.传媒人力资源管理观念亟待更新30.报刊品种与数量期待更大发展.....

## 章节摘录

1 传媒行业迫切需要理性指导 中国的媒体以往都是作为舆论宣传工具而存在的，进入市场只是近几年的事情。

对于传媒市场的规律-1常识，直到今天还有很多业内人士不甚了了。

因此，在决策与日常5-作中，仍然大多采取“摸着石头过河”的方法。

这样，必然会影响效率，难免会走弯路，难免会跌跟头。

从业人员普遍需要了解与学习媒介经济、传媒市场的科学理论，以及现代传媒运作的惯例与理念。

媒介经济学理论基石 经济学研究解决的是需求与供给、资源与分配、价格与就业等问题。

具体到传媒，只要存在传媒市场，就需要相应的经济学作为理论基石或框架。

传媒的商品特点、市场规律以及企业运作模式，本身可以用经济@-11体系进行概括与描述，事实上，国际媒介经济学界也早就有了此类学术成果。

国内媒介经济虽然非常繁荣，但是，在理论自觉上，实在乏善可陈。

无论是多么成功的传媒经营者，其实往往都是依靠运气与机会，而不是有计划、有章法地按照市场规则取得的成功。

因为国内传媒业决策者几乎都缺乏经济学专业知识，对媒介经济学就更是一无所知。

中国加入WTO以后，来自西方的传媒市场竞争无法回避。

而西方传媒企业的决策者与经营者，不仅有着丰富的市场经验，而且在理论上占有优势，因为媒介经济学是西方传媒管理层的必修课。

国内传媒要在世界传播市场竞争中立于不败之地，老。

l,11就不能不在理论上装备自己。

策划咨询不是简单地支招 .....

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>