

<<媒体组织战略管理>>

图书基本信息

书名：<<媒体组织战略管理>>

13位ISBN编号：9787504363244

10位ISBN编号：7504363243

出版时间：2011-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：宋培义，卜彦芳，杨强 编著

页数：270

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>

<<媒体组织战略管理>>

内容概要

宋培义等编著的《媒体组织战略管理》运用战略管理的相关理论，结合我国媒体的特点及其经营管理实践，对媒体组织如何科学规范地开展战略管理活动进行较为全面、系统地归纳和总结，既从宏观角度对媒体战略管理的理论进行系统分析和构建，又从微观角度对媒体经营管理的具体战略内容进行深入地阐述，并将理论与实际结合，在每一章里还辅有相应的案例分析。

本书结合了几位作者的教学和研究成果，力求系统全面，逻辑清晰，理论与媒体实践紧密结合，以启迪媒体组织的战略思维，提升媒体战略管理的地位，训练媒体战略管理的理念和分析方法。

本书可作为文化产业管理、传媒经济等专业的高年级本科生和研究生的教材，同时也适合从事媒体经营与管理的相关人员作为参考书。

<<媒体组织战略管理>>

书籍目录

第一章 媒体战略管理概论

第一节 战略的概念

- 一、什么是战略
- 二、媒体战略的要素

第二节 媒体战略管理

- 一、媒体战略管理的内涵
- 二、媒体战略管理过程
- 三、媒体战略管理与业务管理的关系
- 四、媒体战略管理与规划和计划
- 五、中国媒体组织实施战略管理的必要性

第三节 中国媒体战略管理的特点分析

- 一、从媒体的基本属性和盈利模式看其核心竞争力
- 二、媒体组织的战略方向相对明确

第四节 战略管理的主要流派及发展趋势

- 一、战略管理理论发展历程和主要流派
- 二、战略管理理论发展趋势

第五节 案例分析：贝塔斯曼的发展战略

- 一、抓住机遇，谋求发展
- 二、中国图书市场的失败教训
- 三、新媒体背景下的战略转型

第二章 媒体战略管理的环境分析

第三章 媒体战略管理的目标制定

第四章 媒体战略的选择

第五章 媒体战略管理的市场战略

第六章 媒体战略管理的品牌战略

第七章 媒体战略管理的整合战略

第八章 媒体的全球化战略

第九章 媒体战略管理的战略执行

<<媒体组织战略管理>>

章节摘录

版权页：插图：中国的媒体在改革开放过程中，已经逐渐从单纯的文化、事业单位，沿着经营、竞争的理性发展轨迹向着企业化状态过渡。

伴随着中国媒体政策的调整变化，到了20世纪90年代中期，除了极少数重要媒体，整个媒体业中的大多数个体都已经告别国家财政拨款，走上了自主经营、自负盈亏、自我约束、自我发展的道路，并逐渐向着独立的企业法人转变，开始以市场的平等、竞争原则来构建内外关系，特别是1996年以来各地纷纷组建的报业集团，极大地带动了我国传媒产业经济的发展，是中国大众传媒业发展中历史性的突破。

党的十六大之后，中国的传媒业又面临着难得的发展机遇。

十六大报告中对文化属性进行了科学分类，把文化事业和文化产业分开来说，这既是一个重大的战略部署，又是今后文化体制改革的指导方针。

党的十七大报告又指出，“大力发展文化产业，实施重大文化产业项目带动战略，加快文化产业基地和区域性特色文化产业群的建设，培育文化产业骨干企业和战略投资者，繁荣文化市场，增强国际竞争力”。

作为文化建设的重要组成部分，无论是从社会发展的逻辑上来说，还是从媒体本身的发展状况来看，都为把传媒产业进一步做大做强，进一步回归它的本质功能，进一步理顺相关的体制提供了条件。

在对中国媒体发展历程和目前格局的分析中，我们可以看出中国媒体日渐清晰的战略发展方向。

目前，中国的媒体行业已经或正在发生许多重要的变革：从传统的计划经济体制，向社会主义市场经济体制转变；从粗放式发展的分散经营，向集约式发展的规模经济转变；从以数量扩张为主，向以素质提高为主转变；从相对封闭状态下靠行业垄断而迅速崛起，向对外开放形势下凭借实力参与国际竞争转变。

中国媒体在转型期间，内外部各类因素都在迅速变化，这将在很大程度上引发转型式战略变革的发生。

这种战略变革的突出表现就是中国媒体现阶段的各种改革。

因此，现阶段中国媒体组织的战略管理必然以改革和创新为特色。

这一点，我们可以在中国媒体行业改革先行者的实践中看到。

例如，包括中央电视台在内的许多国有媒体在深刻认识到竞争的压力和生存危机后都坚定地采取了变革措施，涉及组织结构、人事制度、绩效考核、频道运营等多个方面。

<<媒体组织战略管理>>

编辑推荐

《媒体组织战略管理》：媒体管理丛书

<<媒体组织战略管理>>

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>