

<<新传媒帝国>>

图书基本信息

书名：<<新传媒帝国>>

13位ISBN编号：9787508430676

10位ISBN编号：7508430670

出版时间：2005-8

出版时间：中国水利水电出版社

作者：支英珉

页数：245

字数：190000

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>

<<新传媒帝国>>

内容概要

中国传媒业开始步入后英雄时代，这将是彰显团队力量的时代。

媒体资源是市场化运作的基础。

在进入财智时代的今天，谁能拥有资源并能有效整合资源，谁就能赢得市场的青睐。

新传媒竞争时代对于知识智慧的依赖程度更高，对于传媒运营结构合理性、科学化的要求更严。

这不是一个个人英雄主义的竞争时代，而是文化选择和科学运营的竞争时代。

本书结合国内外传媒理论，在研究《齐鲁晚报》、《成都商报》、《华西都市报》、《新民晚报》、《南方都市报》以及深圳报业等典型案例的基础上，提出了新的整合思路，希望能给传媒人和相关研究者提供一些启发。

<<新传媒帝国>>

作者简介

支英珉，《齐鲁晚报》、《生活日报》副总经理，《齐鲁楼市》主编。
曾主持并多项有影响力的社会活动，并出版《中国房地产企划案例经典》等作品。

<<新传媒帝国>>

书籍目录

“去碎片化”：传媒经营的新趋势
自序前言：主流媒体时代第一篇 历史的寂寞与喧闹 第一章 寂寞的80年代 广告复兴 晚报崛起 非理性扩张 第二章 呐喊在95年的冰谷里 战略“拐点” 定位“市民报” “敲门发行” 锁定胜局 炽热的发行大战 江山易主，晚报让位 报业热腾的时代 第三章 2000年的“那一场雪” 主流媒体时代的来临 报业走向“深耕” 破局的可能 化解“十年之痒” 整合的大时代 融合已是大势所趋 未来的挑战第二篇 整合的阵痛与无情 第四章 齐鲁人看《齐鲁》 齐鲁情缘 第一次策划 第一次主题推广 玩味“媒体” 媒体的五大资源 整合大未来 第五章 全业务整合 第六章 全价值链整合 第七章 全社会资源整合第三篇 竞争的虚化与实践 第八章 大象也跳舞 第九章 挑衅的味道 第十章 《南方都市报》VS深圳报业 第十一章 畅想新十年后记

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>