

## <<传媒人才学概论>>

### 图书基本信息

书名：<<传媒人才学概论>>

13位ISBN编号：9787542622136

10位ISBN编号：7542622137

出版时间：2005-12

出版时间：第1版 (2005年12月1日)

作者：周毅

页数：309

字数：400000

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>

## <<传媒人才学概论>>

### 内容概要

当代信息社会，传媒事业越来越大，信息传递越来越快，对整个社会活动和人们的思想意识的影响也越来越直接和广泛。

特别是进入新世纪以来，传媒事业成为世人颇为关注的“阳光产业”，众多优秀人才纷纷投身这个领域，充分展示才华，但传媒领域的人才资源的发展有其自身的特点，我们应对此有一个清醒的认识，否则就难以推动我国传媒事业朝着健康、稳定、正确的方向不断发展。

毋庸讳言，在相当长时期内，我国的大众传媒一自是按照计划经济模式管理的。

在大众传媒领域中工作的传媒人才，属于行政事业编制，管理上呈现出行政的明显特征，以“事”为中心，见“事”不见“人”。

尽管大多数媒体都设有人事管理部门，但基本上只是负责档案管理、人址调配、职务职称变动、工资调整等事务性工作，无法从真正意义上去“着眼厂人”，以“人”为中心，开发人的潜能，激发人的活力，使广大传媒人才积极主动、创造什地外展工作，从而为传媒事业创造更大的价值。

同时，我国H传媒人才管理的基础性工作十分薄弱，对传媒人才所需要的素质缺乏正确的评价，不能建立长期有效的激励约束机制，人浮于事，员工正常的流动、考核、晋升、培训等机制也还没有建立起来。

随着改革开放的深入发展和社会主义市场经济体制的逐步建立，特别是随着大众传媒事业改革的深入，报业集团化、广播电视集团化、媒介产业化等进程的加快，传统的传媒人才认识模式、管理模式等已远远不能适应新形势发展的需要，因此，如何认识新时期的传媒人才，如何充分调动传媒人才的积极因素为社会主义传媒事业服务，这就成为新世纪传媒业值得关注的重大课题。

## <<传媒人才学概论>>

### 作者简介

周毅，男，湖南省武冈市人，1982年至1989年就读于湘潭大学历史系，获历史学硕士学位，1989年7月进入电视媒体工作，先后从事过新闻、专题、文艺等方面的采编工作，发表过数百篇消息、专题、报告文学，其中有多篇作品获得省部级优秀作品奖。

2000年元月调入湘潭大学，现为湘潭大

## <<传媒人才学概论>>

### 书籍目录

序 前言：传媒时代的呼唤 第一章 传媒人才学研究 第一节 传媒人才学是一门新兴的边缘学科 第二节 传媒人才及相关概念 第三节 媒介及传媒人才的分类 第四节 传媒人才学的研究对象、内容、方法 第二章 传媒人才的人格特征 第一节 传媒人才的基本特征 第二节 传媒人才的人格特质 第三节 传媒人才的人格魅力及塑造 第三章 传媒人才的叫色定位 第一节 角色定位、角色责任及相关概念 第二节 传媒人才的社会角色扮演 第三节 传媒人才的角色责任 第四节 传媒人才的角色权利 第五节 传媒人才的角色定位 第四章 传媒人才的知识结构 第一节 “结构”、“知识”、“知识结构” 第二节 传媒人才的知识结构特征 第三节 传媒人才知识结构的建立 第五章 传媒人才的能力结构 第六章 传媒人才的素质结构 第七章 传媒人才的群体结构 第八章 传媒人才职业生涯规划 第九章 传媒人才的配置管理 第十章 传媒人才的培养与教育 后记 参考文献

<<传媒人才学概论>>

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>