

<<M · MBA媒介战略管理>>

图书基本信息

书名：<<M · MBA媒介战略管理>>

13位ISBN编号：9787543832657

10位ISBN编号：7543832658

出版时间：2003-4

出版时间：湖南人民

作者：陶志峰 编

页数：369

字数：321000

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>

## <<M · MBA媒介战略管理>>

### 内容概要

本书是用企业战略管理学的一般框架和理论来分析、解释媒介宏观与微观的战略管理行为。本书首先分析媒介的宏观环境、产业环境、内部条件，介绍媒介战略目标的制定、战略分析方法与选择；其次对媒介具体的竞争战略、成长战略、并购战略和战略联盟做了阐述；最后介绍媒介战略实施和控制。

在写作过程中，作者以跨学科的专业背景，注意理论联系实际，提供了较为丰富的案例。该书以新的理论工具和框架，对目前媒介管理的研究作了有益的探索，具有较强的先导性。

书籍目录

序第1章 媒介战略的宏观环境分析 1.1 媒介战略的宏观环境分析内容 1.2 媒介战略的宏观环境分析方法  
第2章 媒介产业环境分析 2.1 媒介产业的演变过程 2.2 媒介产业竞争力量结构分析第3章 媒介内部条件  
分析 3.1 媒介内部条件分析概述 3.2 媒介几种重要的内部条件分析 3.3 媒介核心能力分析第4章 媒介战  
略目标的确定 4.1 媒介的使命 4.2 媒介的战略目标 4.3 媒介战略目标制定技术 第5章 媒介战略分析与战  
略选择 5.1 媒介的SWOT分析法 5.2 媒介投资组合分析法 5.3 媒介战略选择过程第6章 媒介竞争战略  
6.1 媒介竞争优势概述 6.2 成本领先战略 6.3 媒介产品差异化战略 6.4 目标集中战略第7章 媒介的成长战  
略 7.1 密集性成长战略 7.2 一体化战略 7.3 多样化战略第8章 不同市场地位媒介的竞争战略第9章 媒介  
购并战略与战略联盟第10章 媒介战略的实施第11章 媒介战略控制参考文献后记

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>