

<<传媒业大变局>>

图书基本信息

书名：<<传媒业大变局>>

13位ISBN编号：9787566401441

10位ISBN编号：7566401440

出版时间：2011-9

出版时间：安徽大学出版社

作者：郭全中

页数：199

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>

<<传媒业大变局>>

内容概要

《传媒业大变局》一书由郭全中著，有助于你认清这一趋势。该书从我国传媒业的现状出发，分别从传媒业改革的“倒逼机制”、政策、商业模式、新兴城市市场、三网融合、跨区域、跨媒介扩张等方面详细分析了我国传媒业发展的现状及未来趋势，既有对当前问题的客观分析，更有高屋建瓴的态势判断。

<<传媒业大变局>>

书籍目录

大变局呼唤大变革(代序)范以锦

前言

第1章 传媒业现状：大变局基点

第一节 传媒业取得了巨大成就

第二节 传媒业快速发展

第三节 传媒业整体实力偏弱

第四节 体制问题成为制约发展的首要因素

第五节 政府掌控着大量的传媒资源

第六节 传媒业呈现复杂局面

第2章 “倒逼机制”与传媒业改革

第一节 “倒逼机制”及其实践

第二节 “倒逼机制”的推动力

第三节 “分类改革”的思路

第3章 政策进入重大突破期

第一节 相关政策的主要内容

第二节 深层次体制问题及政策走向

第4章 媒体商业模式巨变

第一节 读者阅读趋势发生重大变化

第二节 新媒体更符合时代发展方向

第三节 新媒体和传统媒体传播机制比较

第四节 商业模式比较

第五节 盈利模式比较

第六节 传统媒体向新媒体转型的关键

第七节 区域类网络媒体的发展路径

第八节 Google大平台的搭建

第九节 腾讯综合服务大平台的搭建

第5章 国内外媒体运作比较

第一节 媒体管理体制存在重大差别

第二节 政府资源相差悬殊

第三节 经济社会发展水平悬殊

第四节 传媒业市场发育程度不同

第五节 用户成熟程度不同

第六节 媒体自身所处发展阶段不同

第七节 政府部门职能健全程度不同

第6章 新兴城市市场走向传媒业中心舞台

第一节 广东省及其各地市传媒业市场规模

第二节 江苏省及主要地市传媒业市场规模

第三节 浙江省及主要地区传媒业市场规模

第四节 山东省及主要地区传媒业市场规模

第7章 传媒集团跨区域扩张

第一节 传媒业大变局进一步促进了省市报区域化合作的进度

第二节 当前省市报区域化合作内容

第三节 省市报区域化合作模式的比较分析

第四节 合作的优势及应注意的问题

第五节 异地合作办报需注意的问题

<<传媒业大变局>>

第8章 传媒集团多元化扩张

第一节 媒体产业链与传统媒体产业多元化征程

第二节 多元化战略是馅饼，也可能是陷阱

第三节 多元化跨界风险分析

第四节 跨界关键在于实施相关多元化

第9章 传媒业上市

第一节 上市公司扫描

第二节 存在的主要问题

第三节 文化产业尚处于“跑马圈地”时代

第四节 制约上市的主要因素

第五节 上市需要注意的问题

第六节 上市大潮的顺序推测

第七节 推进上市的政策措施

第10章 传媒单位转制改企

第一节 “分类改革”是报业转制改企的总体思路

第二节 报刊业转制改企的难点

第三节 转制改企的实践

第11章 管理提上议事日程

第一节 传媒业管理现状

第二节 强化管理意识，提升管理能力

第12章 三网融合

第一节 三网融合的目标和重点

第二节 媒体发展新趋势

第三节 电信业的现状及核心竞争力

第四节 广电业的基本情况及其核心竞争力

第五节 网络业的核心竞争力

第13章 传媒业未来格局

第一节 我国传媒业持续快速增长

第二节 传统媒体趋向衰落

第三节 我国传统媒体尚有一段黄金发展期

第四节 信息业、传媒业融合背景下的移动互联网时代

第五节 传媒改革的曲折前行之路

第六节 转型——传媒业未来的长期主题

第七节 结构转型将逐步取得进展

第八节 避免传媒业的“国进民退”

参考文献

<<传媒业大变局>>

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>