

图书基本信息

书名：<<媒介经营管理——广播电视新闻系列教材>>

13位ISBN编号：9787750433890

10位ISBN编号：7750433899

出版时间：2002-5-1

出版时间：中国广播电视出版社

作者：凌昊莹

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>





书籍目录

第一章 媒介经营管理概述

- 一、管理的一般概念
- 二、经营的一般概念
- 三、经营与管理的关系
- 四、媒介的一般概念
- 五、媒介经营管理的一般概念
- 六、媒介经营管理的层次和范畴

第二章 媒介经营管理的环境环境分析

- 一、媒介经营管理环境的一般概念
- 二、媒介经营管理的宏观环境构成和分析
- 三、媒介经营管理的微观环境构成和分析
- 四、媒介经营管理的内部环境构成和分析
- 五、我国传媒管理的环境转变

第三章 媒介的市场定位

- 一、媒介定位的一般概念
- 二、重视媒介定位的原因
- 三、媒介定位的步骤
- 四、市场细分化
- 五、选定目标市场
- 六、媒介定位的类型
- 七、媒介定位的策略

第四章 媒介形象塑造

- 一、形象和媒介形象
- 二、媒介形象定位
- 三、媒介形象的塑造
- 四、媒介形象的测量
- 五、CIS与媒介形象塑造

第五章 媒介的品牌经营管理

- 一、品牌的定义及内涵
- 二、品牌媒介的一般概念
- 三、实施媒介品牌战略及意义
- 四、媒介品牌的建立和经营管理

第六章 媒介的生产制作管理

- 一、媒介生产制作管理
- 二、报纸生产作业流程
- 三、广播电视节目生产流程
- 四、广播节目制作的主要方式
- 五、电视节目制作的主要方式
- 六、媒介生产制作的形式
- 七、媒介生产组织模式
- 八、媒介生产制作管理中引入企业生产机制、产品经营机制

第七章 媒介营销宣传

第八章 媒介产品营销

第九章 媒介的广告营销

主要参考文献

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>