

<<整合传媒>>

图书基本信息

书名：<<整合传媒>>

13位ISBN编号：9787800733925

10位ISBN编号：7800733920

出版时间：2002-1-1

出版时间：中信出版社

作者：陆小华

页数：399

字数：234000

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>

<<整合传媒>>

内容概要

人所共知，中国传媒业正发生深刻的结构调整；人皆已睹，传媒业的发展空间与机会越来越成为包括海内外知识分子、投资者及业内人士的关注焦点。

抚去拂云，试问中国传媒将发生什么样的趋势性变化？

在政策、市场、科技、科技、竞争、发展等多重力量左右形成的大趋势下，传媒正和如何操作？

本书以独特的视角、最新的例证、睿智的分析，回答了这一系列问题。

作者简介

陆小华，1960年生于江苏徐州，曾做过钢铁厂烧结工、插队知青；1986年毕业于中国社会科学院新闻系；现为新华社高级编辑，新华社新闻研究所所长，《中国记者》杂志编辑，中国记协学术委员会委员北京广播学院硕士生导师；任中国新闻奖、中国新闻名专栏奖、范长江奖、百

<<整合传媒>>

书籍目录

序篇 传媒竞争十分趋势对策方案一 加入WTO背景下的集团化调整对策第一章 集团化整合：报业集团的尝试第二章 集团扩张冲动与对规则的要求第三章 多媒体新闻集团结构方案评估与对策建议对策方案二 市场细分化背景下财经媒体市场策略第四章 财经媒体市场细分与新媒体应对策略第五章 财经媒体市场空间评估与核心竞争力要素分析第六章 传统财经媒体的调整对策对策方案三 经济全球化背景下企业报道模式变革第七章 企业报道的新机会与变革趋向第八章 企业报道重点与分析方法第九章 企业报道模式解剖与传统媒体优势对策方案四 传统媒体调整方案设计与创新操作第十章 传统经济媒体整合操作第十一章 传统经济频道整合操作第十二章 传统经济杂志的整合操作

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>