

<<再造传媒>>

图书基本信息

书名：<<再造传媒>>

13位ISBN编号：9787800735325

10位ISBN编号：780073532X

出版时间：2002-09

出版时间：中信出版社

作者：陆小华

页数：447

字数：336

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>

<<再造传媒>>

内容概要

《再造传媒--传媒融资前后整合方略》是“整合传媒”系列的第二本。

如何通过整合、再造、运作把传媒做大、做强，如何从方法论层面给出具有启迪力和可操作性的系统对策方案，是“整合传媒”系列的总主题、总特色。

与《整合传媒--传媒竞争趋势与对策》探讨传媒业的整合策略相对应，本书更侧重于探讨传媒内部资源如何整合。

在中国，很多时候，把一个东西做大倒不是太难，更考验人的是如何做强。

在中国，更多的传媒“普通群众”和“小”传媒集团们在思考和选择如何在集团化的背景下把自己做强。

这也正是研究如何整合传媒时必须关注的。

作者在分析诸多报刊、栏目兴衰流变的基础上，提出再造传媒的基本思路 and 选择依据；并从流程化顺序处理出发，提供了报刊竞争模式判断、传媒思维方式统合基点、传媒核心竞争力界定、传媒改版思路选择、传媒运行规则梳理、传媒发展模式调整等六大对策方案。

<<再造传媒>>

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；1982年毕业于南京师范学院中文系；1986年毕业于中国社会科学院研究生院；现为新华社高级编辑，新华社新闻研究所所长，《中国记者》杂志总编辑，中国记协学术委员会委员，北京广播学院硕士生导师；曾任中国

<<再造传媒>>

书籍目录

第一章从把握竞争态势中寻找胜出机会第二章从跟踪竞争焦点中确定应对策略第三章从实施调整策略中增强适应能力第四章战思维与系统化处理能力第五章辩证思维与应变能力第六章规则思维与创新能力第七章纵向细分：全国性报纸核心竞争力基第八章提供发现与见识：财经媒体核心竞争力基本第九章错位切入专栏志刊核心竞争力培育方法第十章方向选择第十一章方法选择第十二章重心选择第十三章传媒操作团队组合规则及磨合第十四章杂志结构规则与策略选择第十五章传媒操作团队素质培育第十六章传媒运作的六个重要课题第十七章传媒发展模式调整第十八章数字技术时代与传媒再造

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>