

<<媒介>>

图书基本信息

书名：<<媒介>>

13位ISBN编号：9787806883495

10位ISBN编号：7806883495

出版时间：2008-1

出版时间：天津社会科学院

作者：白春生,李鸿标

页数：286

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>

<<媒介>>

内容概要

《媒介：全球化时代的领航者》溯源历史，从宏观到微观，综观影响全球政治的历史事件，进一步分析媒介在全球政治舆论的作用，以及媒介管理和媒介集团的具体操作问题，媒介机构与政府的关系问题。

提出了在全球化背景下，现代媒介产业功能与意识形态的冲突，提出了现代媒介诉求市场需求的观点，为中国媒介在新世纪的发展提出了新的思路。

书籍目录

目录前言第一章 以历史的目光看全球化第一节 “二战”之前：全球化的主要特征为战争一、波希战争二、十字军东征三、奥斯曼帝国四、英国五、西班牙六、鸦片战争七、西方列强瓜分世界八、第一次世界大战九、第二次世界大战第二节 “二战”之后：国际纷争解决方式多样化一、冷战，意识形态的对立和军事均衡的产物二、西方的文化颠覆与渗透三、苏联解体四、单极世界主宰世界，世界秩序重新建立第二章 全球化与中国第一节 全球化给中国带来的机遇一、中国正在成为一个政治大国二、在经济上中国已对世界构成了广泛的影响三、文化交流正在成为扩大中国影响的软力量四、利用外资、技术和人才，借鉴先进的管理方式五、中国的经济改革不断深入六、中国人口素质不断提高七、中国人的整体生活品质在提高第二节 全球化给中国带来的挑战一、政治意识形态的挑战二、旧的社会管理体制受到冲击三、全球化对中国文化意识和文化价值的冲击第三章 传播媒介：舆论和行为的导演第一节 传媒发展简史一、印刷传媒二、电子传媒三、多媒体第二节 传媒在信息社会中的作用一、舆论控制二、社会控制三、娱乐与休闲四、知识的传播与扩散第四章 媒介管理：交叉型产业管理第一节 无所不在的管理一、管理素质二、管理职能三、经济管理四、传媒产业管理第二节 印刷媒介经营管理策略一、印刷传媒产业的整体策略二、印刷传媒产业个体策略第三节 广播产业的经营与管理一、广播产业二、广播节目经营三、广播产业实体经营策略四、广播节目经营策略第四节 电视产业经营与管理一、电视产业经营内容二、电视产业经营对策三、电视产品经营管理第五节 互联网产业经营管理一、网络管理呈现了新的管理模式二、网络营销营销界面模式第五章 组织结构诉求于市场需求第一节 组织机构调整必须以市场为诉求点一、事业型媒介组织结构二、产业型媒介组织结构三、综合传媒集团组织结构第二节 组织机构调整应着眼于长远战略第三节 组织机构调整应符合媒介的业态特点一、日常性事物体现媒介的守望价值二、体现大众传媒的应急特性三、人员配置和人才储备四、创造应变外部变化的机制第四节 国外媒介集团的组织结构一、事业部型分权组织结构二、控股公司型组织结构三、事业部制与控股公司制比较四、媒介集团组织结构调整的趋向第五节 中外传媒集团的组织结构比较第六章 传媒集团：媒介产品的整合工厂第一节 传媒集团的发展背景一、世界传媒集团发展的基本脉络二、中国传媒集团的发展历程三、中国报业的三种竞争模式四、中国报业的集团化第二节 传媒集团的优势一、中国的传媒业——早期市场需求强烈，易于进入和发展二、国际传媒集团，靠品牌优势覆盖全球第三节 媒介集团的负面因素一、中国媒介集团的非市场化渊源二、国际传媒集团的教训第七章 媒介组织和政府的关系第一节 媒介与政府：是敌人还是利益相关者第二节 政府对媒介信息渠道的控制第三节 规制——政府对媒介的社会调控一、媒介政府规制的由来和方法二、技术变革与产业发展促使规制不断调整三、欧美国家媒介政府规制现状四、中国媒介政府规制沿革五、中西媒介政府规制比较六、中国广电媒介政府规制的方向第四节 中西方媒介与政府关系比较第八章 媒介：全球化时代的领航者参考文献

<<媒介>>

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>