第一图书网, tushu007.com

# <<传媒管理学>>

## 图书基本信息

书名：<<传媒管理学>>

13位ISBN编号：9787811273328

10位ISBN编号：7811273322

出版时间：2009-5

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：张辉锋

页数：244

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

## 内容概要

当前及未来，加强管理是中国传媒组织的首要任务。
进入21世纪，中国传媒业的发展遇到了新的瓶颈，跑马圈地、粗放经营的发展模式已经没有了初期制度解放所提供的市场空间，传媒组织的运作重心必须转型。
本书一是深入结合传媒组织管理实践，二是努力用专业的管理学视角进行解析，三是论述了传媒组织运作流程中的生产、销售、广告、人力资源、财务、战略等所有环节，它既是传媒管理理论的系统梳理，也是传媒综合评判；既为研究者提供认识论，也可为业界提供决策依据。

第一图书网, tushu007.com



## 作者简介

张辉锋，中国人民大学新闻学院副教授，博士，硕士生导师，新闻与社会发展研究中心传媒经济研究所副所长，主要从事传媒经济与管理方面的教学与研究工作。
出版专著与合著多部，参与或承担国家及省部级课题多项，并曾获中经报联奖教金。

# <<传媒管理学>>

## 书籍目录

绪论第一章　传媒管理学的基本问题　第一节　传媒管理学的研究理念　第二节　传媒的内涵　第三节　管理学的基本概念　第四节　传媒组织的分类　第五节 中国传媒组织管理的内涵第二章　管理学基础理论　第一节　管理学理论的发展历程　第二节　现代管理学理论的主干内容第三章　传媒业分析　第一节　世界传媒业的现状　第二节 中国传媒业的现状第四章　传媒组织的组织结构　第一节　基本的组织结构　第二节　传媒组织的部门　第三节 中国传媒组织变革的特点　第四节 中国传媒组织结构的主要形式　第五节 中国传媒组织结构存在的问题　第六节 中国传媒组织结构的发展策略 第五章　传媒组织生产的管理　第一节　采编活动管理的意义与要求　第二节　采编活动的特性　第三节　传媒组织采编活动的流程　第四节 中国传媒组织采编活动的管理行为　第五节 中国传媒组织采编活动管理的策略 第六章　传媒组织销售业务的管理　第一节 中国报纸发行业务的宏观状况　第二节 中国报纸发行管理面临的问题　第三节 中国报纸发行业务管理的策略 第七章　传媒组织广告业务的管理　第一节 中国传媒组织广告业务的宏观状况　第二节 中国传媒组织广告管理中的体制机制　第三节 中国传媒组织广告管理的问题　第四节　中国传媒组织广告管理的策略第八章　传媒组织的财务管理　第一节　企业财务管理的基础理论　第二节　跨国传媒集团的财务管理　第三节 中国传媒组织的财务管理第十章　传媒组织的战略管理第十一章　有关中国传媒组织管理的思考主要参考文献后记

## 章节摘录

第一章　传媒管理学的基本问题　　第一节　传媒管理学的研究理念　　在本节里，传媒管理学的研究理念包括其研究对象、研究目的、研究意义和具体内容。

一、研究对象　　传媒管理学是研究什么的?简单来讲，它的研究对象就是传媒组织的管理活动，研究传媒组织内部的计划、组织、领导和控制活动。

二、研究目的　　它研究传媒组织的管理活动，分析其正确与否，最终找到传媒组织的管理方法、管理原理，或者叫找到传媒组织管理的规律。
这样，就能指导传媒组织管理的实践。

三、研究意义　　该学科的意义在于能让传媒组织更有效地运作。
什么是有效运作，就是让传媒组织在运作中的投入产出比最优，同时产出是符合组织目标的，或者讲它让传媒组织实现其目标的行为非常有效，“又省又好”。

四、具体内容　　传媒管理学的内容就是围绕管理传媒组织的方法展开分析的。
包括传媒组织的外环境——传媒行业的分析，传媒组织的组织结构、生产的管理、销售的管理、广告业务的管理、财务的管理、人力资源的管理、战略管理等。
也就是说，传媒组织运作整个流程中的所有环节的管理，它都要研究。

第一图书网, tushu007.com



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