

<<广播经营战略研究>>

图书基本信息

书名：<<广播经营战略研究>>

13位ISBN编号：9787811277111

10位ISBN编号：7811277115

出版时间：2009-11

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：凌昊莹

页数：225

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>

## <<广播经营战略研究>>

### 前言

上个世纪80年代前期，中国广播曾经经历过这样的时期，很多人争先恐后地围着“话匣子”，听新闻、听评书、听相声、听音乐，这是广播的最大优势之一。

在那个时候，广播是许多人的朋友，它的意义不仅是现在人们所说的“可听”，而是“必听”、“主动地去听”，这是广播人自豪和骄傲的年代。

社会的变革，技术的创新，新媒体的涌现，使广播的生态环境发生了很大变化。

首先是80年代中后期电视的异军突起，凭借声画俱全的先天优势，加上电视人的努力，很快电视成为强势媒体；其次由于报纸与市场直接的紧密的联系，改革的意愿最强烈，改革的力度也最大。

一时间，电视和报纸瓜分了媒介的大半壁江山，广播的强势地位被撼动。

相对而言，广播发展的步伐慢了些，有客观的原因，也有观念的问题。

有人认为广播注定是弱势媒体，无所作为。

任何市场，你不去研究、不开发、不占领，你的市场份额就会越来越小，生存空间越来越萎缩。

所幸的是，经过短暂的蛰伏，广播人解放了思想，积极探索，从节目改革入手，掀起了广播媒介改革的浪潮。

正如人们所见，越来越多的广播电台创新节目形式，创新制作机制，创新管理体制，广播开始走出了低谷。

## <<广播经营战略研究>>

### 内容概要

本书从经营战略理论入手，深入分析了当代中国广播媒介经营中出现的一系列问题，提出了符合我国广播发展实践的经营战略。

同时，对我国广播经营实践中出现的伦理冲突和道德问题进行了反思，提出了广播经营的伦理规范。本书对我国广播产业的发展具有一定的借鉴意义和参考价值，既适用于高校传媒专业师生，也可为传媒业从业人员提供指导。

## <<广播经营战略研究>>

### 作者简介

凌昊莹，中国传媒大学电视与新闻学院副教授、硕士生导师。

主要研究方向为应用传播学、广播电视经营管理。

主持完成广电总局科研项目《广播电视营销研究》，参与完成国家级科研项目《社会主义市场经济条件下的广播电视管理研究》和多项省部级科研项目，出版专著《媒介经营管理》，发表多篇学术论文。

## <<广播经营战略研究>>

### 书籍目录

前言第一编 从广播经营到经营广播——广播经营战略的提出 第1章 我国广播媒介经营历程回顾  
一、广播经营历程回顾 二、广播改革个案解读 第2章 广播经营战略的提出 一、经营战略理论综述 二、广播经营战略的提出第二编 广播内涵式发展战略 第3章 品牌战略——提升广播影响力 一、品牌的概念与内涵 二、广播实施品牌战略的意义 三、广播如何实施品牌战略 四、广播品牌形象的塑造与推广 第4章 差异化与创新战略——凸显广播优势 一、变革中的广播差异化 二、理性的广播创新 第5章 技术领先战略——保持广播竞争优势 一、技术的广播 二、广播的技术 三、现代传播技术下的广播变革 四、技术创新下的广播发展第三编 外延式增长——广播扩张经营战略 第6章 扩张理论综述 一、扩张理论 二、扩张的分类 第7章 广播的主要扩张经营战略 一、广播扩张经营的动因 二、广播多元化扩张经营战略 三、广播水平一体化扩张经营战略 四、广播纵向一体化扩张经营战略 第8章 广播扩张经营的主要途径 一、内部发展 二、购并策略 三、合资经营 四、战略联盟第四编 广播经营伦理问题——广播的可持续发展 第9章 经营伦理抉择 第10章 广播经营的伦理问题 第11章 在伦理框架下经营广播参考文献后记

章节摘录

第一编 从广播经营到经营广播——广播经营战略的提出 第1章 我国广播媒介经营历程回顾  
一、广播经营历程回顾 广播经营是和各种媒介（特别是广播媒介）的发展紧密相连的，是和媒介生存环境的变化密切相关的。

要想准确勾勒我国广播媒介的经营历程，首先需要探究媒介生存环境的变化。

中共十一届三中全会以前，传媒没有“市场”的概念，媒介传播仅仅是一种政治行为或者从属于政治的传播行为。

1978年十一届三中全会的召开，改变了我国传媒的生存环境，1979年出现了我国广播经营的标志性事件——广播广告的恢复播出。

以此为起点，广播经营发展历程与当代中国社会的变革轨迹高度吻合，每一个阶段都呈现出鲜明的特征。

（一）1978年至1984年——广播经营起步阶段 1978年12月18日，中国共产党第十一届中央委员会第三次全体会议在北京举行。

会议决定停止使用“以阶级斗争为纲”的口号，确定了“解放思想、开动脑筋、实事求是、团结一致向前看”的思想路线，将全党工作重点转移到社会主义现代化建设上来。

这次会议是以后整个中国社会系统变革的起点。

.....

<<广播经营战略研究>>

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>