

<<我国报业组织核心竞争力研究>>

图书基本信息

书名：<<我国报业组织核心竞争力研究>>

13位ISBN编号：9787010072234

10位ISBN编号：701007223X

出版时间：2008-9

出版时间：人民出版社

作者：钟虎妹

页数：293

字数：300000

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>

<<我国报业组织核心竞争力研究>>

内容概要

20世纪90年代以来，新闻传媒业成为我国社会主义市场经济的重要组成部分，产业化和市场竞争随之成为其进一步发展的基本要求和条件，其中报业组织的嬗变尤其具有典型意义。

本书在介绍企业核心竞争力理论的基础之上，分析了我国报业组织核心竞争力的历史必然性及其现实意义，提出并研究了我国报业组织核心竞争力的实质是“‘影响力企业’格式塔（知觉整合）竞争”；在引用价值链理论分析我国报业组织核心竞争力构建模型之后，从新闻本位、市场运作、管理成效三个方面研究了我国报业组织核心竞争力的具体培育问题并进行了典型案例分析，对我国新闻传媒业特别是报业的发展具有一定的理论和实践指导意义。

<<我国报业组织核心竞争力研究>>

作者简介

钟虎妹，女，湖南湘阴人，管理科学与工程博士，现为中南大学文学院新闻系副教授，担任写作文化产业课程的教学工作，主要研究方向为文化产业管理。

<<我国报业组织核心竞争力研究>>

书籍目录

导论第一章 企业核心竞争力：企业“格式塔”竞争 一、核心竞争力的界定 （一）“核心竞争力”的提出及含义 （二）“核心竞争力”的其他界定 （三）核心竞争力的特点 （四）核心竞争力已有研究小结 二、核心竞争力：企业“格式塔”竞争 （一）核心竞争力的理论基础和时代意义 （二）企业“格式塔”竞争的实质 三、本章小结第二章 我国报业组织核心竞争力的历史必然性及其现实意义 一、我国报业组织与报业竞争概说 （一）报纸及我国报业组织的含义 （二）我国报业发展及竞争的历史扫描 二、当今我国报业组织市场博弈的必然 （一）当代中国新闻传媒业整体生存环境的改变 （二）我国报业的市场化经营和企业化改制 （三）新的传媒格局中我国报业的地位与命运 三、我国报业组织核心竞争力的现实意义 （一）新闻传播活动与核心竞争力 （二）我国报业组织核心竞争力的现实意义 四、本章小结第三章 我国报业组织核心竞争力的实质：“影响力企业”格式塔竞争 一、报业组织核心竞争力与“格式塔”竞争 （一）报业组织核心竞争力的相关界定 （二）报业组织的“企业格式塔竞争” 二、新闻传媒及报纸的“影响力”与“影响力经济” （一）“影响力”的媒介机理 （二）“注意力经济”和“影响力经济” 三、我国报业组织的“影响力企业”格式塔竞争 （一）我国报业组织“影响力企业”格式塔竞争的含义 （二）我国报业组织“影响力企业”格式塔竞争的特点 四、本章小结第四章 我国报业组织核心竞争力识别及构建模型 一、我国报业组织核心竞争力的识别与评价 （一）核心竞争力识别与评价的一般方法 （二）我国报业组织核心竞争力识别与评价的主要方法 （三）我国报业组织核心竞争力识别与评价的指标体系 二、我国报业组织核心竞争力构建模型 （一）企业核心竞争力构建的基本条件、途径及可能性 （二）企业核心竞争力的价值链构建原理 （三）文化企业核心竞争力构建的一般要求、条件及途径 （四）我国报业组织核心竞争力构建的价值链链状球体动态模型 三、本章小结第五章 我国报业组织核心竞争力的培育第六章 案例研究：体坛周报、潇湘晨报核心竞争力培育结束语主要参考文献后记

<<我国报业组织核心竞争力研究>>

章节摘录

1.主要内容 本研究的基本理论支点是对企业核心竞争力的“格式塔（Gestalt）”理解，结合报业组织企业与事业的二重性，笔者对我国报业组织核心竞争力的实质、特性、识别、培育以及相关实例，进行了分析和探讨。

本研究包括导论、六大主体章节和结束语，主要内容如下：导论阐明了研究的背景、对象与意义，强调了客观环境下我国报业组织竞争研究的重要性，介绍了研究的基本思路、逻辑结构、主要创新点与方法。

第一章对企业核心竞争力理论作出了详细的梳理和归纳，分析了企业核心竞争力知性整合的本质。基于对核心竞争力整合特点的理解，笔者引入心理学上的“格式塔（Gestalt）”概念，将企业核心竞争力概括为企业的“格式塔”竞争，即知觉整合竞争。

笔者以为，企业核心竞争力具有普适性，对于知识经济时代参与竞争的组织和企业而言，核心竞争力是生存的基本依据和竞争的最高哲学。

第二章对我国报业组织核心竞争力的时代必然性和可能性进行了分析和探讨。本章界定了报纸及我国报业组织的含义，回顾了中国报业从诞生到20世纪80年代末期的历史进程，揭示了我国民族报业发展历程中市场竞争的合理性。

本章指出了20世纪90年代以来我国新闻传媒整体生存环境的变化，从报业市场化经营、企业化改制以及新媒介格局等方面剖析了我国报业参与市场博弈的必然性和合法性，最后分析了知识经济时代新闻传播活动与核心竞争力的关系，阐明了报业组织核心竞争力在报业自身发展及国家层面战略发展中的地位与意义。

第三章探讨了我国报业组织核心竞争力的实质。本章列举了我国报业组织核心竞争力的相关观点，从企业的角度阐明了报业组织核心竞争力“格式塔整合”的一般特点，立足于媒介的固有机理和产业特性，分析了报业影响力及影响力经济的内在规定性。

<<我国报业组织核心竞争力研究>>

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>