

<<电子媒介管理与商业运营战略>>

图书基本信息

书名：<<电子媒介管理与商业运营战略>>

13位ISBN编号：9787302237815

10位ISBN编号：7302237816

出版时间：2010-9

出版时间：清华大学出版社

作者：理查德·A.戈尚

页数：374

字数：439000

译者：陈积银 张纯 付俊

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>

## <<电子媒介管理与商业运营战略>>

### 内容概要

如今，传媒业的发展日新月异，为了让媒介组织跟上时代的变化，媒介管理者不仅要了解不同的媒介平台，还要对媒介管理过程中的批判性管理理论、媒介计划、经济因素等有一个清醒的认识。

本书是电子媒介和商业管理相结合的研究专著，既着眼于传播技术所带动的媒介发展，又侧重于全球经济发展和新媒介变迁的互动关系。

作者回顾了电子传媒行业结构的管理实践和影响，阐述如何制定并实施向顾客提供信息和娱乐服务的商业战略。

本书旨在帮助当前以及未来的媒介从业人员理解广播电视、有线电视、电信、互联网等传播行业之间的关系以及融合模式，不仅适合电子媒介管理、传媒经济学领域的学生，而且非常适于业界职业经理人。

## <<电子媒介管理与商业运营战略>>

### 作者简介

理查德·A.戈尚（Gershon.R.A.），美国西密歇根大学信息管理项目和电子传播的奠基人之一，“国际电子媒介教育研究协会（ITERA）”的创始人，并且担任第一任协会主席。

主要研究方向为媒介经济与管理以及媒介战略与营销。

曾两次获得国家级教学奖，即2000年度国际广播电视协会史

## <<电子媒介管理与商业运营战略>>

### 书籍目录

#### 上篇 电子媒介行业结构

#### 第1章 电子媒介经济：市场结构、供应、价格与商业管理的原则

- 一、电子媒介行业结构
- 二、媒介组织
- 三、电信公司
- 四、电子媒介和经济行为
- 五、市场结构要素
- 六、供应与定价原则
- 七、市场行为规则

#### 第2章 电子媒介及商业战略

- 一、战略规划
- 二、环境调查
- 三、战略制定
- 四、增长型战略
- 五、竞争型商业战略
- 六、战略实施
- 七、评估和控制
- 八、讨论

#### 第3章 广播电视

- 一、广播电视商业
- 二、广播电视行业结构
- 三、广播电视节目
- 四、广播电视台的管理和运营
- 五、广播电视销售
- 六、讨论：战略挑战

#### 第4章 有线电视

- 一、历史回顾
- 二、有线电视：标准特色
- 三、有线电视商业
- 四、有线系统管理
- 五、有线电视节目
- 六、有线电视营销
- 七、有线管理和授权协议
- 八、讨论：战略挑战

#### 第5章 电子媒介经济：公用事业理论，通信公司和信息运营商

- 一、公用事业
- 二、通信公司服务
- 三、信息运营商

#### 第6章 电话通信

- 一、电话通信产业结构
- 二、电话业系统概览
- 三、传送
- 四、电话通信管理和服务提供
- 五、电话公司为小型企业 / 商业机构提供咨询
- 六、发展的策略性挑战

## <<电子媒介管理与商业运营战略>>

### 第7章 卫星通信

- 一、卫星通信
- 二、卫星的应用
- 三、卫星通信业务

### 第8章 手机和无线通信

- 一、历史概览
- 二、手机的设计特点
- 三、多路接入和按需分配
- 四、无线通信业务
- 五、无线通信
- 六、通信战略所面临的挑战

### 第9章 网络与电子商务

- 一、历史概述
- 二、电子商务
- 三、门户网站和搜索引擎
- 四、网络营销
- 五、互联网和供应链管理
- 六、战略挑战的研讨
- 七、结论

### 第10章 跨国媒体和电子媒介产业

- 一、跨国媒体公司
- 二、市场的全球化
- 三、外商直接投资
- 四、企业合并与收购
- 五、全球外包业务
- 六、讨论：战略挑战

### 下篇 管理和战略策划

### 第11章 电子媒介管理

- 一、介绍
- 二、计划
- 三、组织
- 四、领导
- 五、人事
- 六、控制
- 七、沟通
- 八、管理理论基础
- 九、古典管理理论
- 十、人际关系理论
- 十一、管理科学理论
- 十二、现代管理理论
- 十三、组织绩效理论

### 第12章 电子媒介和金融管理

- 一、引言
- 二、什么是会计
- 三、利润表
- 四、资产负债表
- 五、现金流量表

<<电子媒介管理与商业运营战略>>

六、解释财务业绩

七、华尔街概述

八、总结

第13章 电子媒介市场营销

一、引言

二、背景分析

三、营销战略

四、营销组合(4P)

五、客户关系管理

六、讨论

七、附录：市场调查

第14章 领导力和变革管理

一、引言

二、交易型领导

三、变革型领导

四、魅力型领导

五、领导力实践

六、追随力

七、领导者面对的挑战

八、领导力伦理

九、讨论：在变革的时代从事管理

第15章 创新和技术管理

一、引言

二、何为创新?

三、企业为何会创新失败

四、讨论

译后记

译者简介

## <<电子媒介管理与商业运营战略>>

### 编辑推荐

许多读者想从商业和经济的角度了解传媒业，《电子媒介管理与商业运营战略》便是他们的首选之作。

作者戈尚凭借自己30多年的学术经验，向读者展示了最新的研究成果及案例。

我极力向电子传媒管理专业的任课教师推荐这《电子媒介管理与商业运营战略》。

——Mike Wirth 美国田纳西大学诺克斯维尔分校 《电子媒介管理与商业运营战略》把电子传媒与管理战略合二为一。

对于传媒从业者，尤其是那些立志于从事传媒管理的学生而言，《电子媒介管理与商业运营战略》是场及时雨，可帮助他们运用管理战略整合媒介平台。

——Jerry Condra 美国纽约州立大学奥斯威戈分校 《电子媒介管理与商业运营战略》关注于电子传媒这～当今重要议题，内容广泛、信息新颖，囊括了丰富的应用型案例，对学生来说，具有很强的指导意义。

——James Gantt 美国莫瑞州立大学电子媒介管理中心 《电子媒介管理与商业运营战略》紧扣21世纪的行业大环境和大趋势，帮助当代及未来的电子传媒管理者应对所面临的问题及挑战。

尚戈的这本成功著作作为我们了解现代电子传媒打下了基础，也让学生对战略管理有了初步的认识，从而能驾驭变化多端的环境。

对电子传媒管理的执教者和现代管理者而言，《电子媒介管理与商业运营战略》也同样是本必读佳作。

——Max Grubb 美国肯特州立大学 如果你想在传媒领域从事管理工作，或者作为该行业的管理者，你希望寻求更多的知识与工具，《电子媒介管理与商业运营战略》是一个绝好的起点。

——Steven S.Wildman 美国密歇根州立大学电子媒介管理系

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>