

<<新闻事业管理>>

图书基本信息

书名：<<新闻事业管理>>

13位ISBN编号：9787307031357

10位ISBN编号：7307031353

出版时间：2001-1

出版时间：武汉大学出版社

作者：屠忠俊 主编

页数：425

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>

前言

当您开始阅读本书时，人类已经迈入了21世纪。

这是一个变幻难测的世纪，这是一个催人奋进的时代。

科学技术飞速发展，知识更替日新月异。

希望、困惑、机遇、挑战，随时随地都有可能出现在每一个社会成员的生活之中。

抓住机遇、寻求发展、迎接挑战、适应变化的制胜法宝就是学习——依靠自己学习、终生学习。

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。

组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。

毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力、形成自学能力，也有利于学习者学以致用、解决实际工作中所遇到的问题。

具有如此特点的书，我们虽然沿用了“教材”这个概念，但它与那种仅供教师讲、学生听，教师不讲、学生不懂，以“教”为中心的教科书相比，已经在内容安排、形式体例、行文风格等方面都大不相同了。

希望读者对此有所了解，以便从一开始就树立起依靠自己学习的坚定信念，不断探索适合自己的学习方法，充分利用已有的知识基础和实际工作经验，最大限度地发挥自己的潜能，以达到学习的目标。

欢迎读者提出意见和建议。

祝每一位读者自学成功。

内容概要

作为我国高等教育组成部分的自学考试，其职责就是在高等教育这个水平上倡导自学、鼓励自学、帮助自学、推动自学，为每一个自学者铺就成才之路。

组织编写供读者学习的教材就是履行这个职责的重要环节。

毫无疑问，这种教材应当适合自学，应当有利于学习者掌握、了解新知识、新信息，有利于学习者增强创新意识、培养实践能力、形成自学能力，也有利于学习者学以致用、解决实际工作中所遇到的问题。

书籍目录

第一章 新闻事业管理的若干基本问题第一节 新闻事业管理学的学科性质(一)新闻事业的经营与管理(二)我国社会主义新闻事业的维生机制与新闻事业管理学研究(三)新闻事业管理学的学科性质第二节 新闻产品的商品性和新闻单位的经营管理体制(一)新闻产品的商品性问题(二)新闻单位的创办与行政管理(三)新闻单位的经营管理体制第三节 新闻业经济的发展背景及有关政策(一)新闻业经济的现代化大经济背景(二)新闻业经济的信息经济背景(三)新闻业经济的产业政策第二章 新闻单位的领导体制和组织机构第一节 新闻单位的领导体制(一)基本概念(二)我国新闻单位领导体制的基本类型第二节 新闻单位组织机构设置(一)设置组织机构的意义与作用(二)组织机构设置的部门化原则(三)我国新闻单位内部组织机构的部门划分第三节 我国新闻单位领导体制和组织机构的发展趋势与改革方向(一)我国新闻单位现行领导体制和组织机构的不足之处(二)我国新闻单位领导体制的发展趋势(三)我国新闻单位组织机构的改革方向第三章 新闻采编工作的组织与管理第一节 新闻采编工作的管理机制(一)采编工作的内容与特点(二)采编工作的管理机制第二节 新闻策划与报道组织(一)新闻策划(二)报道组织(三)重大报道活动的组织第四章 报社印刷厂管理第一节 报社印刷厂生产过程管理(一)报社印刷厂生产过程(二)报社印刷厂的生产计划(三)印刷质量管理第二节 报社印刷厂生产成本管理(一)报纸印刷成本核算(二)报纸成本分析(三)降低报纸成本的途径第三节 报社的用纸管理(一)用纸管理在报社经营工作中的意义(二)新闻纸的采购、运输、储存与使用中的管理(三)新闻纸市场第五章 报纸发行第一节 报纸发行的意义与作用(一)报纸发行的基本概念(二)发行工作在报社经营中的地位与作用(三)发行量核定第二节 发行网络的建立与管理(一)发行网络对报纸发行工作的意义(二)我国报纸发行体制的历史沿革(三)“邮发合一”的运行机制(四)自办发行的运行机制(五)多渠道发行(六)发行网络管理的工作内容(七)发行网络的综合开发利用第三节 发行推广(一)发行推广的目的(二)发行推广的方法第六章 新闻媒介的广告业务第一节 广告业务及其在媒介经营中的地位与作用(一)新闻媒介的广告业务(二)广告业务在媒介经营中的地位与作用第二节 广告编排与广告定价(一)广告编排(二)新闻媒介的广告成本(三)新闻媒介的广告刊播价格第三节 广告推广与广告调查(一)广告推广(二)广告调查的内容与意义(三)广告调查的方法与技术第四节 广告管理法规和广告伦理(一)广告管理法规(二)广告伦理第七章 新闻单位多种经营管理第一节 多种经营及其重要性(一)报社多种经营的概念(二)开展多种经营的重要性第二节 报社多种经营的投资方向及实施原则(一)报社多种经营的投资方向(二)报社多种经营的实施原则第三节 报社多种经营项目的立项论证(一)立项论证的一般原则及通用程序(二)报社多种经营立项论证的注意事项第四节 广播电视部门的多种经营(一)广播电台、电视台经营创收的概念及重要性(二)广播电台、电视台的收入项目(三)广播电台、电视台的广播电视经营创收与报社多种经营的异同第八章 报社财务管理与经营分析第一节 报社财务管理(一)报社财务管理的工作内容(二)财务部门的基本功能(三)财务经理的作用(四)财务管理的基本环节第二节 报社经营分析(一)报社经营分析的意义和作用(二)报社经营分析的方法第九章 广播电视管理第一节 广播电视的媒体特性(一)传播特性(二)生产特性(三)消费特性(四)管理特性第十章 新闻单位的人力资源管理与后勤保障第十一章 新闻单位的公共关系工作第十二章 新闻技术与新闻行业技术改造后记附录：新闻事业管理纂这考试大纲

章节摘录

(5) 报业集团建设阶段。

这一阶段的起始标志是1996年广州日报报业集团的成立。

“在中国新闻发展史上，这是一个重要的转折点，它意味着在中国共产党的领导下一向属于宣传系统的事业单位——报社开始以集团公司的形式在社会生活中寻找新的、更好的位置。

”目前，我国已正式组建15家报业集团。

集团化经营是整个新闻业经营管理体制改革的大势所趋。

新时期的广播电视经营管理体制改革也紧跟着中国经济改革的进程，稳步向前推进。

大致经历了三个阶段：（1）起步阶段。

这一阶段从1978年5月北京电视台改名为中央电视台到1983年3月第十一次全国广播电视工作会议的召开。

继中央人民广播电台、国际广播电台、中央电视台成为独立的宣传事业单位后，各省级广播电台、电视台以及省以下各级广播电视台站也脱离“局台合一”的体制，成为独立的宣传事业单位。

在经营上，受报社实行“企业化管理”的启发，个别广播电台、电视台开始依靠自身增加收入，以弥补财政补贴的不足。

20世纪70年代末80年代初，我国的广播电台、电视台均先后开办或恢复播出广告节目。

据统计，到1983年全国广播电视营业额达3400万元。

(2) 探索阶段。

1983年中共中央有关文件规定广播电视机构内部的管理实行集体领导、分工负责、“三位一体”的原则，所谓“三位一体”，即编播、技术、行政管理三大部门分开，分别实行总编辑负责制、总工程师负责制、部长（厅长、局长、台长）负责制，分别建立相应的管理机构。

这一年的3月底，第十一次全国广播电视工作会议召开，提出了开创广播电视事业新局面的具体要求与20世纪的奋斗目标。

会议指出：要“走自己的路”，要“以宣传为中心”，要“以新闻改革为突破口”，要“四级办节目、四级混合覆盖”，要“开展多种经营、广开财源”。

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>