

<<媒介经营管理学>>

图书基本信息

书名：<<媒介经营管理学>>

13位ISBN编号：9787308020756

10位ISBN编号：7308020754

出版时间：1998-12

出版时间：浙江大学出版社

作者：邵培仁 刘强

页数：533

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>

<<媒介经营管理学>>

内容概要

这是中国大陆第一部媒介经营管理学专著。

该书主要以报社、杂志社、出版社、广播台、电视台、电影公司、广告公司等大众传媒组织的经营管理活动为研究对象。

作者从阐释媒介经营管理学的基本概念入手，点面结合，中外并举，既全面论述了这门新兴学科的基本原理、理论框架和媒介经营管理的职能及原则，又系统分析了媒介产业、媒介公司、媒介市场、讯息营销、人事和财务管理、广告公司和六大媒介管理等许多重要问题；同时，还注意将西方媒介经营管理理论与中国具体实践结合，着重探讨中国媒介经营管理活动的本质、规律和特色。

全书视野开阔，观点新颖，信息量大，具有科学性、前导性、实用性和可读性的特点。

<<媒介经营管理学>>

书籍目录

绪论 媒介经营管理学：一门新兴学科第一章 媒介经营管理概述 第一节 什么叫媒介经营管理 第二节 媒介经营管理的职能 第三节 媒介经营管理的原则第二章 媒介产业 第一节 媒介业的双重性 第二节 媒介产业的特点 第三节 媒介产业与市场经济 第四节 前进中的中国媒介产业第三章 媒介组织与媒介公司 第一节 媒介组织及其设计 第二节 媒介公司的管理与组织 第三节 媒介公司的动作与职权第四章 媒介领导与领导者 第一节 媒介领导的本质与原则 第二节 媒介领导的特点与权威 第三节 媒介领导者的职责与素质 第四节 媒介领导者的选聘与组织第五章 媒介经营计划与管理决策 第一节 媒介经营计划概述 第二节 媒介战略计划的制订 第三节 媒介管理决策的性质与原则 第四节 媒介管理决策的过程与限制第六章 媒介的人力资源管理 第一节 竞争优势与人力资源 第二节 媒介人才的选择与任用 第三节 媒介员工的培训与发展 第四节 媒介人员实绩考核第七章 媒介产品与产品分析 第一节 媒介产品.....第八章 媒介产品的价格策略第九章 媒介产品的营销第十章 媒介市场与消费者第十一章 媒介组织的财务管理第十二章 媒介经营管理中的法律问题第十三章 广告公司的经营管理第十四章 印刷媒介的经营管理第十五章 电子媒介的经营管理第十六章 当代媒介产业与经营趋势展望参考书目

<<媒介经营管理学>>

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>