

<<报刊传播业经营管理>>

图书基本信息

书名：<<报刊传播业经营管理>>

13位ISBN编号：9787309038354

10位ISBN编号：7309038355

出版时间：2003-12

出版时间：复旦大学出版社

作者：倪祖敏

页数：291

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>

<<报刊传播业经营管理>>

内容概要

媒介经营管理是新闻传播领域的一个新的分支，相关著作匮乏，而且实用性不强，本书的出版在一定程度上弥补了这一不足。

本书对报刊经营管理给予了较为系统的论述，总体上分为两个部分，着重对报刊业的经营——发行经营、广告经营、多种经营、规模经营、市场营销作了深入细致的阐述，并穿插了大量的案例。报刊页的管理包括战略管理、人力资源管理、资金管理、质量管理、计划管理、目标管理等，在书中也有较为详细的论述。

值得一提的是，本书对报刊的“两次销售”理论、无形资产经营、报刊定价、发行量的调控和“挖潜”、以及与报刊业经营干季相关的法律法规的论述部分，针对性、实用性很强，对报刊经营管理的实践富有指导意义。

本书既是高效新闻传播专业的教材，也可为报刊从业人员提高经营管理水平的实用教科书。

<<报刊传播业经营管理>>

作者简介

倪祖敏，资深报刊经营人。

从事新闻报刊工作二十余年，先后在《经济日报》、上海社科院新闻研究所、《康复》杂志等媒体供职，后出任总经理，长期主管报刊、杂志社的经营业务，并担任过一些报刊社的经营顾问，积累料极为丰富的经验。

<<报刊传播业经营管理>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 报刊经营管理的定义与作用 第二节 报刊经营管理的回顾与展望 第三节 报刊经营管理的特殊性 第四节 报刊经营管理的重要性第二章 报刊社的组织管理和经理者的职业要求 第一节 报刊社组织机构与职责分工 第二节 报刊社组织机构之间的相互作用 第三节 报刊社经营经理者的素质和能力第三章 与报刊传播有关的法律、法规 第一节 有关报刊出版的一般法律事务 第二节 有关报刊特殊性的法规知识 第三节 有关报刊专业技术的法务常识第四章 报刊的发行经营 第一节 报刊发行的作用和地位 第二节 发行售价的确定 第三节 发行量的控制与调整 第四节 发行形式和销售渠道 第五节 发行的“挖潜”策略第五章 报刊的广告经营 第一节 广告经营的应知应会 第二节 广告与“广告新闻” 第三节 广告在“两次销售”中的地位 第四节 广告销售的几种对策 第五节 报刊广告业面临转型整合第六章 报刊业的多种经营 第一节 多种经营的内容 第二节 多种经营的多样化形式 第三节 报刊的无形资产经营 第四节 经营应与编辑分开第七章 报刊业的规模经营 第一节 规模经营的必要性 第二节 规模经营的原则 第三节 规模经营需要注意和解决的问题第八章 报刊的市场营销 第一节 报刊的营销策划 第二节 报刊的市场预测 第三节 报刊的市场调查 第四节 策划的独特性 第五节 策划书的编写第九章 报刊社的经营战略管理 第一节 经营战略管理的意义 第二节 经营战略的差异性 第三节 经营战略管理的完整性 第四节 经营战略中的市场细分和定位策略第十章 报刊社的人力资源管理 第一节 报刊社人力资源的特点 第二节 人力资源管理的法律依据 第三节 引入竞争机制 第四节 强化激励机制 第五节 确立选人机制第十一章 报刊社的资金管理 第一节 资金管理的意义和任务 第二节 固定资金的管理 第三节 流动资金的管理 第四节 货币资金的管理第十二章 报刊社的各种管理 第一节 报刊的质量管理 第二节 报刊社的计划管理 第三节 报刊社的目标管理参考文献附录一 《康复》杂志当年成功之“道” 附录二 出版物市场管理规定（发布稿） 附录三 设立外商投资图书、报纸、期刊分销企业的暂行规定（印发稿） 后记

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>