

<<报业核心竞争力>>

图书基本信息

书名：<<报业核心竞争力>>

13位ISBN编号：9787504349897

10位ISBN编号：7504349895

出版时间：2006-7

出版时间：中国广播电视出版社

作者：刘年辉

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>

<<报业核心竞争力>>

内容概要

传媒的“核心竞争力”已经变成一个热门的媒介经济研究的话题。

文章很多，多数依据的是经验，而这个研究话题最需要的是科学的论证，它应包含哪些要素，有哪些获取的路径等诸多问题，需要理论的支撑。

核心竞争力是从管理学与经济学中拿来的概念。

除了从一般的经济规律的角度理解传媒核心竞争力以外，需要澄清传媒核心竞争力与一般企业核心竞争力的区别，把握传媒核心竞争力的特殊性质。

刘年辉的《报业核心竞争力：理论与案例》，引进社会学中“社会资本”概念和分析框架，借鉴欧美社会学家的研究成果，结合传播学中的有关理论，讨论了传媒核心竞争力的独特本质，深化了对传媒经济的认识，不仅具有较强的实践指导价值，而且还有理论开拓意义。

刘年辉的这本书不是依靠直觉写出来的经验总结式的文字，而是在参阅丰富文献和进行一定调研的基础上，遵循严格的理论逻辑和现实逻辑，从报业的三种基本活动——报纸生产、资源内部配置与外部交易——推导出报业运作的三类基本成本：生产成本、管理成本与社会成本，据此，提出报业核心竞争力是人力资本、组织资本和社会资本的有机整合的观点，并分别进行深入阐述，立论比较科学、论证亦属严密、论据颇为充分，颇具学理深度与新意。

在媒介经济研究火爆的当下，需要更多的这样的理性思考的著作。

<<报业核心竞争力>>

作者简介

刘年辉，男，1976年生，湖南攸县人。
中国社会科学院研究生院新闻学博士。
现为清华大学文化产业研究中心管理科学与工程博士后、广州日报报业集团博士后。
曾发表论文二十多篇。

<<报业核心竞争力>>

书籍目录

序 社会资本：理解媒介经济的新视角第一章 导论 第一节 选题背景与意义 第二节 文献综述与研究问题 第三节 研究方法与研究思路 第四节 几个概念界定与说明 第五节 主要价值与创新第二章 报业组织核心竞争力理论分析 第一节 报业组织的知识特征 第二节 身份：报业组织作为经济组织的可能性与约束条件 第三节 报业组织核心竞争力理论分析：定义、特征与模型第三章 组织资本：报业组织核心竞争力内核与平台 第一节 组织资本的内涵与构成 第二节 组织资本的价值创造机制与模仿壁垒 第三节 组织柔性：动态环境下的自我更新 第四节 案例：新加坡报业控股的组织资本分析第四章 社会资本：报业组织核心竞争力的本质与背景 第一节 社会资本：理解报业组织的新视角 第二节 社会资本对报业组织核心竞争力的作用机制 第三节 网络制胜：报业组织社会资本发展策略 第四节 案例：默多克社会资本的投资与利用第五章 人力资本：报业组织核心竞争力的元件与表征 第一节 报业人力资本的时代内涵 第二节 人力资本与报业组织核心竞争力整合 第三节 案例：《纽约时报》的人力资本投资机制第六章 我国报业组织核心竞争力现状与对策 第一节 对我国报业核心竞争力水平总体判断 第二节 党报竞争力分析：以都市类报纸作为参照 第三节 核心竞争力发展的突破点：权力与动力 第四节 案例：南方报业传媒集团核心竞争力分析第七章 总结主要参考文献

<<报业核心竞争力>>

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>