

<<广播电视经营管理>>

图书基本信息

书名：<<广播电视经营管理>>

13位ISBN编号：9787504350336

10位ISBN编号：7504350338

出版时间：2006-8

出版时间：中国广播电视出版社

作者：刘立刚

页数：333

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>

<<广播电视经营管理>>

内容概要

广播以对听觉的满足开始突破印刷符号对人本能天性的隔绝，给人类带来一种新的听觉世界。

作为特殊产业的广播电视媒介，如何在复杂多变的环境中，既能自觉地实现自身的宣传和教化功能，取得社会效益最大化，又能快速壮大自身的经济实力，在市场竞争中实现经济效益最大化，对媒介研究者和从业人员来讲，是一个巨大的挑战。

此外，我们还必须看到，在全球化的背景下，国家利益、媒介利益与公共利益之间的关系变得更加复杂，对媒介经营管理者的平衡能力也提出了更高的要求。

本书借鉴和吸收了国内有关媒介经营与管理方面论著的最新研究成果，编写而成，是广播电视新闻传播系列教材之一。

<<广播电视经营管理>>

书籍目录

总序前言第一章 广播电视媒介产业概述 第一节 广播电视产业的性质、功能和结构 第二节 广播电视产品生产与消费的二重性 第三节 广播电视经营与管理的原则第二章 广播电视经营与管理的环境分析 第一节 广播电视经营与管理的宏观环境分析 第二节 广播电视经营与管理的竞争环境分析 第三节 广播电视经营与管理的内部条件分析第三章 广播电视受众分析 第一节 受众理论概述 第二节 广播电视受众的特征与发展趋势 第三节 广播电视受众研究方法第四章 广播电视媒介的内容形态 第一节 广播电视节目概述 第二节 商业电视的频道设计 第三节 广播电视栏目创意第五章 广播电视媒体的战略选择 第一节 广播电视媒体的成本领先战略 第二节 广播电视媒体的品牌战略 第三节 广播电视媒体的专一化战略第六章 广播电视媒体的资本运营 第一节 广播电视媒体资本运营的必要性 第二节 广播电视媒体资本运营的方式第七章 广播电视的集团化发展 第一节 全球广播电视集团化发展概况 第二节 中国广播电视集团化发展现状 第三节 广播电视集团化发展的几个问题第八章 广播电视经营管理的体制与创新 第一节 广播电视经营管理的基本原理 第二节 中国广播电视经营管理体制的变革与发展 第三节 国外广播电视经营管理的理论与实践 第四节 广播电视经营管理制度的创新第九章 广播电视产业的发展趋势 第一节 广播电视产业的专业化 第二节 广播电视产业的全球化与本土化 第三节 广播电视产业的集团化 第四节 广播电视数字化

<<广播电视经营管理>>

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>