<<把脉中国传媒>>

图书基本信息

书名:<<把脉中国传媒>>

13位ISBN编号: 9787504355485

10位ISBN编号:7504355488

出版时间:2008-4

出版时间:中国广播电视出版社

作者:曹鹏

页数:326

字数:346000

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

<<把脉中国传媒>>

内容概要

本书是《新闻记者》杂志为作者所开设的常年个人专栏"传媒观察家"的结集,收入了2002年12月到2008年3月的全部文章,作者同时兼有新闻从业人员,媒介机构管理人员、学者与研究人员、新闻教育工作者的身份,从独立、超然的立场出发,较好地做到了实务与理论、操作性与思想性的结合。每月一篇,是中国传媒业现实状态与演进的记录,同时也是问题与分析的汇总,对关注中国新闻传播业的读者来说有很强的参考价值,是研究近年来中国新闻传播业改革与发展的重要资料。

<<把脉中国传媒>>

作者简介

曹鹏博士,1963年生于保定,先后在南开大学、中国人民大学就读十年,得学士、硕士、博士学位,1988年起居京,在中央新闻单位就职,兼任河北大学等多家大学教授。创办并主编了《中国斗画》《中国印》《美术文摘》《主流》等多种艺术、文化刊物。2001年出版《功夫茶话》印

<<把脉中国传媒>>

书籍目录

序写在前面的话1.传媒行业迫切需要理性指导2.传媒产业当顺应经济规律发展3.传媒业迎来前所未有的开放机遇4.媒介经营需要想象力与开阔视野5.传媒业发展与时俱进6.传媒业日益与国际接轨7.传媒业如何应对危机考验8.国内传媒业日益理性而务实9.传媒人力资源管理面临变革10.新政策为传媒业带来了新机遇11.报业市场迎来新一轮创新浪潮12.传媒业面对的机遇与问题13.理性看待传媒市场新现象14.2003年中国传媒业20个关键词15.把新闻单位建设成学习型企业16.媒介经营需要更多的学识、智慧与悟性17.新闻业面临着前所未有的机遇18.中国传媒业进入新一轮繁荣期19.传媒市场转轨变型期更需要观念更新20.人力资源管理已是传媒业最薄弱的环节21.传媒经济景气指数上扬22.传媒机构的公关策略与艺术23.市场化运作的传媒领导怎么当?

24.正视传媒市场双轨制的问题与矛盾25.传媒业须医治"国企病"26.2004年中国传媒业15个关键词27. 发行观念必须革故鼎新28.亏损报刊:何日不再捧着金饭碗要饭?

29.传媒人力资源管理观念亟待更新30.报刊品种与数量期待更大发展......

<<把脉中国传媒>>

章节摘录

1 传媒行业迫切需要理性指导 中国的媒体以往都是作为舆论宣传工具而存在的,进入市场只是近几年的事情。

对于传媒市场的规律-1常识,直到今天还有很多业内人士不甚了了。

因此,在决策与日常5-作中,仍然大多采取"摸着石头过河"的方法。

这样,必然会影响效率,难免会走弯路,难免会跌跟头。

从业人员普遍需要了解与学习媒介经济、传媒市场的科学理论,以及现代传媒运作的惯例与理念。

媒介经济学理论基石 经济学研究解决的是需求与供给、资源与分配、价格与就业等问题。

具体到传媒,只要存在传媒市场,就需要相应的经济学作为理论基石或框架。

传媒的商品特点、市场规律以及企业运作模式,本身可以用经济@-11体系进行概括与描述,事实上, 国际媒介经济学界也早就有了此类学术成果。

国内媒介经济虽然非常繁荣,但是,在理论自觉上,实在乏善可陈。

无论是多么成功的传媒经营者,其实往往都是依靠运气与机会,而不是有计划、有章法地按照市场规则取得的成功。

因为国内传媒业决策者几乎都缺乏经济学专业知识,对媒介经济学就更是一无所知。

中国加人WT0以后,来自西方的传媒市场竞争无法回避。

而西方传媒企业的决策者与经营者,不仅有着丰富的市场经验,而且在理论上占有优势,因为媒介经 济学是西方传媒管理层的必修课。

国内传媒要在世界传播市场竞争中立于不败之地,老。

I,11就不能不在理论上装备自己。

策划咨询不是简单地支招

<<把脉中国传媒>>

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