

<<新媒体产业导论>>

图书基本信息

书名：<<新媒体产业导论>>

13位ISBN编号：9787561443118

10位ISBN编号：7561443110

出版时间：1970-1

出版时间：四川大学出版社

作者：殷俊，袁勇麟 著

页数：289

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>

<<新媒体产业导论>>

前言

新媒体的出现，为人类实现“所有人对所有人的传播”提供了现实的基础。历史上，传播技术的革命往往成为人类文明发展的一个重要推动力。当代传播技术的进步和商业模式的不断发展共同促进了传媒业的变革，实现了传播学家麦克卢汉关于“地球村”的预言，推动了全球经济的一体进程，促进了世界各国人民的跨文化交流。新媒体产业的迅速发展，为我们带来了巨大的发展机遇，同时也给传统的传媒产业带来了巨大的挑战。

新媒体的发展不仅正在深刻地改变着传播业的产业样态、经营方式和管理方式，而且正深刻地改变着人际交往方式和社会管理方式。

其中出现的许多重要的问题是前所未有的，需要我们认真研究和解决。

殷俊等学术界的青年才俊合力推出这部《新媒体产业导论》，正可谓应时而为。

目前对新媒体产业的研究，大体上可以分为传播学和产业经济学两大路径。

传播学路径偏重于研究新媒体在社会传播方式上带来的新变化，注意新媒体传播规律和特点的归纳和总结；而产业经济学派则偏重于研究新媒体作为一种新兴产业的规律性，尤其是关于产业组织、产业结构、产业发展、产业政策方面的规律性。

近两年来，学术界出现了传播学者研究媒介产业，产业经济学者研究传媒的动向，为传播学和产业经济学的对话和交流开启了很好的先例。

殷俊博士这部《新媒体产业导论》，是以传播学为知识背景的学者研究新媒体产业的一个重要努力。

<<新媒体产业导论>>

内容概要

新媒体的出现，为人类实现“所有人对所有人的传播”提供了现实的基础。历史上，传播技术的革命往往成为人类文明发展的一个重要推动力。当代传播技术的进步和商业模式的不断发展共同促进了传媒业的变革，实现了传播学家麦克卢汉关于“地球村”的预言，推动了全球经济的一体进程，促进了世界各国人民的跨文化交流。新媒体产业的迅速发展，为我们带来了巨大的发展机遇，同时也给传统的传媒产业带来了巨大的挑战。

新媒体的发展不仅正在深刻地改变着传播业的产业样态、经营方式和管理方式，而且正深刻地改变着人际交往方式和社会管理方式。其中出现的许多重要的问题是前所未有的，需要我们认真研究和解决。殷俊等学术界的青年才俊合力推出这部《新媒体产业导论》，正可谓应时而为。

<<新媒体产业导论>>

书籍目录

第一章 新媒体的理论内涵第一节 “新媒体”时代缘何来临第二节 新媒体的概念与特点第二章 新媒体产业概览第一节 产业前景分析第二节 产业平台解析第三节 产业资源构成与产业特征第四节 新媒体盈利模式分析第三章 新媒体产业的传播学和价值第一节 新媒体产业的传播学价值第二节 新媒体产业的经济价值第四章 新媒体产业经济的构建第一节 平台经济与新媒体产业第二节 注意力经济与新媒体产业第三节 社会资本与新媒体产业第五章 新媒体的经营方略第一节 新媒体的品牌经营第二节 新媒体的形象经营第三节 新媒体资本运营第六章 新媒体的管理创新第一节 新媒体过程管理创新第二节 新媒体的组织管理创新第三节 新媒体的内容管理创新第七章 打造新媒体产业链第一节 新媒体产业链的释义第二节 新媒体产业链的理论内涵第三节 新媒体产业链的结构分析第四节 新媒体产业链的打造第八章 解析新媒体产业价值链第一节 新媒体产业价值链释义第二节 新媒体产业价值链的理论内涵第三节 新媒体产业价值链的结构分析第四节 新媒体产业价值链的管理探析第九章 新媒体产业的生态位开发第一节 生态位的理论与释义第二节 新媒体产业的生态位理论第三节 新媒体产业的生态位运营机制第四节 新媒体产业的生态位战略选择第十章 新媒体产业运营案例分析第一节 手机电视内容形态第二节 手机电视内容形态的产业模式第三节 手机电视产业的前景第十一章 新媒体的政府规制第一节 新媒体规制的基本概念第二节 中国新媒体规制措施第三节 对新媒体规制的思考第十二章 新媒体发展趋势第一节 新媒体发展的驱动因素第二节 媒体间的补偿与互动加剧第三节 新媒体促进新拟态环境构建第四节 媒体融合促进新媒体发展参考文献后记

章节摘录

第二节新媒体的组织管理创新 一、组织的扁平化管理创新 在我国传统媒体基本都延续着“金字塔”式的科层管理，从中央—省级—市级—县级，层级结构十分明显。然而，由于新媒体以信息技术为基础，尤其是信息化的管理创新的推进，极大地扩大了管理幅度，突破了层级式的组织结构，使组织呈现了扁平化趋势。

1.扁平化的含义 所谓扁平化，就是通过破除企业传统的金字塔式结构，减少从组织最上面的决策层到最下面的操作层中间相隔的层次，增加管理幅度来建立一种紧凑的横向组织，达到使组织变得灵活、敏捷、富有柔性和创造性的目的，强调管理层次的简化、管理幅度的增加和分权，倡导让员工自由制定决策，各层管理人员之间、管理者与职工之间是完全平等的新的企业管理理念。

企业组织结构扁平化变革是知识经济、信息技术、网络技术发展的必然要求，也是企业提高应对复杂、快变、不确定环境的适应能力的一种必然结果。

2.扁平化的特征 在新媒体企业的扁平化的组织结构中，工作任务基本上是围绕信息化和知识化的流程进行组织，以此连接员工活动和顾客的需求，进而提高员工和受众绩效。

<<新媒体产业导论>>

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>