

<<国际传播发展战略>>

图书基本信息

书名：<<国际传播发展战略>>

13位ISBN编号：9787565701580

10位ISBN编号：7565701580

出版时间：2011-10

出版时间：中国传媒大学

作者：王庚年 编

页数：245

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>

<<国际传播发展战略>>

内容概要

《国际传播发展战略》以全球化为切入点，结合当今世界主要传媒集团的发展现状，对国际传播发展战略进行详细评析，并以对国际传播能力的评价体系为基础，对中央提出的增强国际传播能力、打造国际一流媒体等发展战略，进行理性思考和经验总结。

在编写过程中，《国际传播发展战略》力图做到宏观战略与中观策略、微观措施相结合，既充分体现国际传播理论研究的全球眼光，又体现出国际传播实践的中国视野。

<<国际传播发展战略>>

作者简介

王庚年，1956年8月生，河北大名人。

北京大学中文系毕业，高级编辑。

现任国家广播电影电视总局党组成员、中国国际广播电台台长、总编辑。

1978年8月至1991年4月任中国国际广播电台国内部记者、主任记者、新闻组组长、驻香港记者站首席记者。

1991年4月至1995年12月在中央办公厅调研室工作，先后任助理调研员、调研员、助理巡视员。

1995年12月至200

1年4月任国家广电总局(部)电影局副局长。

1997年5月至2001年4月兼任国家广电总局(部)电影剧本中心主任。

2001年4月至2004年12月任中央电视台副台长。

2001年6月至2005年3月兼任中国爱乐乐团(中国广播交响乐团)团长。

2004年3月至2005年1月在中共中央党校中青班学习。

2004年12月任现职。

<<国际传播发展战略>>

书籍目录

- 总序
- 绪论
- 第一章 全球化视角中的国际传播格局
 - 第一节 美国舆论主导全球
 - 第二节 发达国家诸强割据
 - 第三节 新兴国家寻求崛起
 - 第四节 全球传播格局中的中国
- 第二章 国际传播的全球化战略
 - 第一节 传播范围的全球化
 - 第二节 传播信息的全球化
 - 第三节 传播受众的全球化
 - 第四节 传播影响的全球化
- 第三章 国际传播的综合化战略
 - 第一节 规模经营战略
 - 第二节 媒介并购战略
 - 第三节 协同整合战略
- 第四章 国际传播的现代化战略
 - 第一节 传播手段的现代化
 - 第二节 传播理念的现代化
 - 第三节 管理方式的现代化
- 第五章 国际传播的本土化战略
 - 第一节 国际传播本土化的意义
 - 第二节 内容本土化战略
 - 第三节 人才本土化战略
 - 第四节 运营本土化战略
- 第六章 国际传播能力的评价体系
 - 第一节 国际传播与国家综合国力
 - 第二节 国际传播能力的组成
- 第七章 国际传播的核心竞争力
 - 第一节 媒体核心竞争力
 - 第二节 媒体核心竞争力与增强国际传播能力
- 第八章 我国的国际传播理念
 - 第一节 中国立场
 - 第二节 世界眼光
 - 第三节 人类胸怀
- 第九章 构建我国的国际一流媒体
 - 第一节 构建国际一流媒体发展战略的提出背景
 - 第二节 国际一流媒体的形成原因
 - 第三节 国际一流媒体的基本特征
 - 第四节 我国主流国际媒体与国际一流媒体的差距
 - 第五节 构建我国国际一流媒体的战略举措
- 第十章 国际台增强国际传播能力的实践和规划
 - 第一节 国际台增强国际传播能力的初步实践
 - 第二节 国际台增强国际传播能力的总体规划
- 参考书目

<<国际传播发展战略>>

后记

<<国际传播发展战略>>

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>