

<<全球化时代的跨国传媒集团>>

图书基本信息

书名：<<全球化时代的跨国传媒集团>>

13位ISBN编号：9787801906588

10位ISBN编号：7801906586

出版时间：2005-8

出版时间：社会科学文献出版社

作者：王学成

页数：291

字数：178000

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>

<<全球化时代的跨国传媒集团>>

内容概要

本书将跨国传媒集团置于全球化的背景之下，从纵向上探讨了跨国传媒集团产生和发展的历史，从横向上分析了其经营战略及中国市场战略，并深入剖析了其全球市场的竞争优势及中国传媒业的应对策略。

<<全球化时代的跨国传媒集团>>

作者简介

王学成，2003年毕业于复旦大学新闻学院，获新闻传播学博士学位，现为上海财经大学人文学院经济新闻系教师。

在攻读博士期间，先后在核心期刊发表多篇论文，出版过专著一本。

目前主要从事媒介管理、传播与社会文化等方面的研究。

<<全球化时代的跨国传媒集团>>

书籍目录

导 论 第一章 全球化与跨国传媒集团的兴起 第一节 全球化及其历史 第二节 媒介、资本主义与全球化 第三节 全球化与跨国传媒集团 第二章 跨国传媒集团的形成与发展 第一节 商业化与私有化 第二节 自由竞争—集中—垄断竞争 第三节 国际竞争格局中的跨国传媒集团 第三章 跨国传媒集团的组织结构 第一节 传媒集团的所有权类型 第二节 传媒集团的内部治理结构 第三节 跨国传媒集团的组织结构 第四章 跨国传媒集团的经营战略 第一节 并购战略 第二节 产品经营 第三节 营销方式 第五章 跨国传媒集团的竞争优势分析 第一节 制度优势 第二节 规模经济优势 第三节 经营管理优势 第四节 核心价值理念优势 第六章 跨国传媒集团的中国战略 第一节 跨国传媒集团进入中国的现状 第二节 跨国媒体的中国战略 第三节 跨国传媒集团对中国的影响 第七章 跨国传媒集团的启示 第一节 竞争与传媒发展的启示 第二节 社会变迁与传媒发展的启示 第三节 跨国媒体集团运作的启示 第四节 跨国传媒对我国启示的具体分析 第八章 我国传媒业的应对策略 第一节 跨国媒体在中国的劣势和不足 第二节 我国传媒业的优势 第三节 我国的应对策略 参考文献

<<全球化时代的跨国传媒集团>>

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>