

<<日本报业集团研究>>

图书基本信息

书名：<<日本报业集团研究>>

13位ISBN编号：9787806524077

10位ISBN编号：780652407X

出版时间：2005-5

出版时间：南方日报出版社

作者：尹良富

页数：390

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>

<<日本报业集团研究>>

内容概要

本书对日本朝日新闻集团、读者新闻集团、经济新闻集团等闻名世界的报业集团进行了深入细致的研究，是研究日本报业独一无二的专著，所揭示出的经济教训对我国的报业实践具有重要的参考价值。

<<日本报业集团研究>>

作者简介

尹良富，男，1964年生于大连市金县。
1987年毕业于复旦大学新闻系，警校任教1990年7月至1998年5月留学于日本国立一桥大学，先后获社会学硕士、博士学位；1999年11月进入上海社会科学院理论经济学博士后流动站，出站后留经济研究所企业发展研究室工作至今，现任副研究员。
从事传媒研究工作凡17年，主要涉及传媒经济与企业发展等研究领域。

<<日本报业集团研究>>

书籍目录

序 黄升民朝日新闻集团第1章 朝日新闻集团的现状1. 1朝日新闻集团发展现状1. 2朝日新闻的组织结构与业务内容编辑局出版本部销售局广告局管理本部事业本部电子媒介本部公关宣传本部论坛策划部综合研究本部NIE (Newspaper In Education) 新闻教育项目1. 3朝日新闻社员工薪酬福利与教育薪酬福利员工教育、留学制度1. 4朝日新闻集团的关联企业媒体企业利用报纸品牌开发出来的派生事业为提高报纸品牌影响力, 展开的公益事业活动日本报业集团研究目录第2章 解读朝日新闻读者版面接触率2. 1朝日新闻的知识阶层读者群2. 2朝日新闻读者的阅读倾向日本报纸读者日常平均阅读倾向朝日新闻读者阅读偏好2. 3朝日新闻读者的广告版面接触率读者关注哪些广告读者关注什么位置上的广告广告版面定价第3章 朝日新闻的知识阶层读者战略——从通俗小报走向商品位大报的历程3. 1日本报业的大阪商法创生于大阪的通俗小报花柳艳闻丑闻优先, 以“祸”炒作大阪商法的特色大报的衰退, 小报的崛起3. 2进军东京, 东西朝日新闻遥相呼应进军东京, 忍耐长久亏损顺应时代变化——引进一流学者、记者办报3. 3吸引知识阶层的版面改革顺应时代需求, 创设社会版, 改革小说栏大文豪夏目漱石进入朝日新闻写小说大正民主主义运动的鼓手与“白虹笔祸”吸引专业读者的报道及版面战略3. 4战后日本的读朝日新闻迎高考现象3. 5吸引知识阶层的文化事业活动朝日新闻在大正文化中的地位主办中学棒球锦标赛与朝日新闻社的经营侵略战争期间的出版活动3. 6朝日新闻的销售网络建设与企业治理大阪朝日新闻的销售活动进军东京读者市场东京朝日新闻的销售与“地方销售巡视员”制度东京朝日新闻在销售制度上的缺陷关东大地震, 发行大跃进确立专卖体制企业治理结构的变革有选择刊登广告的制度读卖新闻集团第4章 读卖新闻集团的现状与读者特征4. 1读卖新闻集团的概况914. 2读卖新闻东京本社的组织构成及其功能编辑局调查研究出版局广告局销售局事业局制作局媒介战略局4. 3读卖新闻读者基本特征与阅读倾向读卖新闻读者的基本特征读卖新闻读者的阅读倾向第5章 读卖新闻的生活与时尚报道——2003年读卖新闻东京版内容分析5. 1读卖新闻生活时尚版消息类内容“一般新闻”板块“生活与健康”板块“工作”板块5. 2生活时尚版的专题连载“幸福调色板”专题“以自己意愿死去——如何走完人生的终点”专题“紧急防范便览”专题“‘不问年龄时代’专题其他专题内容5. 3生活时尚版的栏目“美丽+时尚”板块“兴趣爱好”板块“饮食”板块“旅游休闲”板块“育儿”板块第6章 超老龄化时代: 报纸的医疗健康与护理报道——2003年读卖新闻相关版面的内容分析6. 1医疗与健康板块最新医疗“医疗的复兴 (Renaissance) ”连载栏目健康咨询室6. 2健康生活板块生活健康信息精神卫生食品与健康药物与检查疾病健康手记6. 3护理板块安心生活板块护理笔记栏目6. 4老年人生活档案与入门护理学老年人生活档案护理学入门栏目第7章 读卖新闻体育读者的经营战略7. 1辞职警察官僚展开的煽情主义经营路线7. 2首开传媒业与职业体育业混合经营之先河7. 3大型活动策划上的朝日新闻与读卖新闻的比较7. 4读卖新闻的扩张与朝日新闻的抵抗朝日新闻与读卖新闻关于棒球的论战朝日新闻在销售体制上的缺陷与读卖新闻的销售系统建设7. 5侵略战争期间读卖、朝日、每日三报体育报道战略的展开三报体育报道的比重三报棒球报道的比重三报关于职业棒球报道的比重职业棒球成为支援侵略战争的后方娱乐工具读卖新闻的体育读者层7. 6读卖新闻的巨人棒球俱乐部经营战略的展开读卖新闻的巨人报道与信息操作战后巨人收益成为读卖新闻地方扩张战略的资金日本经济新闻集团第8章 日本经济新闻集团现状8. 1日本经济新闻的现状2038. 2日本经济新闻的报道特色与版面构成面向生产领域的报纸沉稳的论调重视读者的剪刀善用数字说话重视发自地区的经济信息早晚版及周日版上富有特色的栏目8. 3将经济信息变成商品的信息供应商集团日经新闻涉足的信息服务领域建立日本最大的综合经济数据中心综合经济数据中心的服务项目8. 4日经新闻的读者特征多是青壮年的企业正式雇员供职于大中型企业的重要部门近半数读者是大学毕业的中高收入阶层企业高管中读者的比率最高第9章 世界发行量最大的财经报纸登什么——对日经新闻版面的定量分析9. 1分析方法与版面总体状况分析方法版面的总体状况9. 2综合性新闻与政治报道头版新闻综合新闻&政治版综合新闻版东京圈地区综合新闻版国会报道专辑国家授勋专辑9. 3国际新闻报道国际新闻版世界亮点版全球化版亚太新闻版中国专辑德国专辑9. 4经济新闻相关报道经济新闻版首都圈经济版近畿经济版9. 5企业相关报道企业新闻版关西高新企业专辑企业财务版企业结算版9. 6景气与金融、投资理财相关报道景气指标版金融与商品市场版money版9. 7生活经济、消费与生活相关生活经济版消费版生活版人与工作版9. 8经济教室9. 9周六NIKKEI+1专版购物百科贤实生活乐住快居节目游览元气悠悠工作常

<<日本报业集团研究>>

识电脑生活时节探究生活组曲9.10 Sunday Nikkei版Sunday Nikkei专题视点、争点生活经济美之美读书艺术与修养科学加龄社会价格9.11教育、科技、医疗相关内容教育版科学版技术版纳米&基因工程专辑医疗事故、院内感染专辑9.12文化、体育及网络与媒体文化版体育版网络与媒介版9.13社会新闻9.14预告类内容周间资讯回顾与预告版首都圈广播电视节目预告版第10章 高速增长期的日经新闻发展战略10.1实施高度发展计划的相关举措进入高速成长期前后的扩大发行量策略增强报社经营体质的长期计划确立长期发展目标,扩大经营规模10.2日经新闻在高速经济成长期的广告营销策略广告营销数据和媒体选择模型的开发消息体的连载广告在经济萧条环境下发挥威力设立国际广告代理,开拓海外广告市场设立广告奖项,创办广告研究所注重广告伦理与集团整体宣传效果10.3日经新闻展开的多媒体化战略报纸的创刊与经营进军杂志新领域,构建专业杂志群独特的图书出版事业10.4日经新闻的数据库建设前期准备工作具体的构建作业日经新闻综合经济数据库系统的数据销售设立日本经济数据开发中心,进一步充实数据库把数据交换销售网络扩大到欧美设立数据库局10.5经济信息产品的开发设立经济信息速报服务中心,从事人工声讯服务开发反映景气动向的日经商品价格指数成立债券研究团队,开拓债券评级市场发表日经(道琼斯)平均股价设立日经QUICK和日经SVP(日经电话信息中心)设立事业本部,拓展会展业务10.6日经新闻对国家经济政策的影响与特色版面影响国家的具体经济政策富有特色的版面10.7日经新闻的关联事业进军电波经营领域设立日本经济研究中心,为报道活动提供理论支撑其他报业集团第11章 日本每日新闻的经营危机与重建方式11.1每日新闻陷入经营危机的原因351直接原因:石油危机下的报纸价格比拚351企业自身原因11.2每日新闻的重建方式11.3每日新闻经营危机对我们的启示第12章 日本产经新闻研究12.1读者特征与阅读倾向产经新闻读者结构特征产经新闻读者的阅读倾向12.2版面特征及经营动向版面主要特征最新经营动向附录:日本报业专卖发行制度对我国报业发展的启示专卖发行制度的含义专卖发行制度的比较优势我国报业发行存在的问题推行报业专卖发行制度必须注意的几个问题

<<日本报业集团研究>>

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>