

<<媒体战略管理>>

图书基本信息

书名：<<媒体战略管理>>

13位ISBN编号：9787810857635

10位ISBN编号：7810857630

出版时间：2006-7

出版单位：北京广播学院出版社

作者：宋培义、卜彦芳、杨强、卢佳

页数：248

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>

## <<媒体战略管理>>

### 内容概要

本书书共分为九章，包括：媒体战略管理概论；媒体战略管理的环境分析；媒体战略管理的目标战略；媒体战略的选择；媒体战略管理的市场战略；媒体战略管理的品牌战略；媒体战略管理的整合战略；媒体战略管理的全球化战略；媒体战略管理的战略执行。

本书结合了几位作者的教学和研究成果，力求系统全面，逻辑清晰，理论与媒体实践紧密结合，以启迪媒体的战略思维，提升媒体战略管理的地位，训练媒体战略管理的理念和分析方法。

本书可作为文化产业管理、传媒经济等专业的高年级本科生和研究生教材，同时也适合从事媒体经营与管理的相关人员作为参考书。

本书运用战略管理的相关理论，结合我国媒体的特点及其经营管理实践，对媒体组织如何科学规范地开展战略管理活动进行较为全面、系统的归纳和总结，既从宏观角度对媒体战略管理的理论进行系统分析和构建，又从微观角度对媒体经营管理的具体战略内容进行深入地阐述，并理论结合实际，在每一章里还附有相应的案例分析。

本书结合了几位作者的教学和研究成果，力求系统全面，逻辑清晰，理论与媒体实践紧密结合，以启迪媒体的战略思维，提升媒体战略管理的地位，训练媒体战略管理的理念和分析方法。

<<媒体战略管理>>

书籍目录

总序序言第一章 媒体战略管理概论 第一节 战略的概念 第二节 媒体战略管理 第三节 中国媒体战略管理特点分析 第四节 战略管理发展历程、主要流派及发展趋势 第五节 案例分析：贝塔斯曼(中国)的发展战略第二章 媒体战略管理的环境分析 第一节 媒体外部环境分析 第二节 媒体内部条件分析 第三节 案例分析：传媒产业——民营企业竞技的新舞台第三章 媒体战略管理的目标战略 第一节 愿景和使命第二节 制定媒体战略目标第三节 案例分析：新闻集团的战略目标及发展历程第四章 媒体战略的选择 第一节 战略选择的过程及内容 第二节 战略选择的相关要素 第三节 战略选择的方法和工具 第四节 案例分析：CNN的战略选择第五章 媒体战略管理的市场战略 第一节 媒体市场进入战略 第二节 媒体市场定位战略 第三节 媒体市场竞争战略 第四节 媒体市场发展战略 第五节 案例分析：维亚康姆的中国市场战略第六章 媒体战略管理的品牌战略 第一节 品牌的内涵与核心价值 第二节 品牌管理的历程 第三节 品牌战略决策的依据 第四节 媒体品牌战略的决策 第五节 媒体品牌战略的构建 第六节 案例分析：凤凰卫视的品牌战略第七章 媒体战略管理的整合战略 第一节 媒体整合的战略动因 第二节 媒体整合的战略方向 第三节 媒体整合的内容战略 第四节 媒体整合的战略力量 第五节 媒体整合的策略设计 第六节 案例分析第八章 媒体的全球化战略 第一节 全球化的机制 第二节 全球化战略的核心 第三节 媒体全球化竞争的环境分析 第四节 全球化战略的构建 第五节 案例分析：BBC如何应对全球化第九章 媒体战略管理的战略执行参考文献

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>