

<<专业报刊品牌经营>>

图书基本信息

书名：<<专业报刊品牌经营>>

13位ISBN编号：9787300080475

10位ISBN编号：7300080472

出版时间：2007

出版时间：中国人民大学出版社

作者：金雁,王宁

页数：311

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>

<<专业报刊品牌经营>>

内容概要

本书将全球上百种专业报刊的品牌经营故事娓娓道来，如美国《国家地理》的独特品牌识别；英国《金融时报》和《日本经济新闻》的品牌DNA测试；中国的《南风窗》和《精品购物指南》的品牌创建……让人读后大有酣畅淋漓，又发人深省之感。

本书以如此众多的中外著名专业报刊为例，从品牌构建的ABC说起，对专业报刊的品牌定位实战方略、品牌识别构建、品牌资产管理、品牌价值评估等专业报刊的品牌建设问题，进行了全面、深入和系统的扫描、分析和探究，如美国的《读者文摘》和中国的《读者》如何以独特的情感定位来征服人心；《体坛周报》与《足球》的核心识别区隔在哪里，它们在读者心智中的阶梯是如何换位的？作者独家专访中外著名媒体CEO的精彩案例，成为本书的鲜明特色之一，如吉尼娃·奥沃豪瑟解读《华尔街日报》的改版工程；秦朔为《第一财经日报》打分；沈颢谈《21世纪经济报道》如何以“宗教精神”做新闻，让新闻创造价值；文建明与徐列用“病人崔永元”解释《南方人物周刊》的核心识别；《中国经营报》社长金碚和品牌评估专家丁海森谈报刊品牌价值到利润的转化等等。此外，关于媒体核心竞争力等与品牌建设相关的知识，也融会贯通在本书各章的专业论述和案例分析之中，令人视野更加开阔。

本书特别适用于各级各类专业报刊的经营者和从业人员；政府各级新闻出版机构的管理者；全国各地新闻学院和传媒专业教师、学生和研究人员；对传媒品牌经营感兴趣的其他专业人士和社会大众也具有极高的阅读和参考价值。

<<专业报刊品牌经营>>

作者简介

金雁，主任编辑，1982年毕业于河北师范大学经管系，获经济学学士学位。

曾在高校执教经济学数年，发表学术论文十余篇。

1992年应聘为《广州日报》社理论部编辑，后历任广州日报报业集团所属《足球》报社副社长、《岭南少年报》副总编辑、广州市新闻研究所副所长（兼）。

曾获多项国家、省、市级编辑奖和优秀学术论文、新闻论文奖。

多年来一直致力于媒体品牌经营研究，并获广州市社会科学基金2004年立项资助。

王宁：毕业于内蒙古工业大学工业管理工程专业，获工学学士学位。

<<专业报刊品牌经营>>

书籍目录

第1章 报刊品牌构建ABC——战略愿景概说 开篇案例 《南风窗》的品牌成长 报刊品牌 品牌与报刊品牌 报刊品牌：“路标”与“旗帜” 报刊品牌分类 约定俗成的报纸分类 大众专业报纸 大众专业期刊 “行业报刊”、“学术报刊”转向“大众专业报刊” 报刊品牌战略思考 品牌战略思考之前 品牌战略方向 品牌战略规划 报刊品牌战略规划内容 媒体CEO访谈 《21世纪经济报道》总编辑沈颢：以“宗教的精神”做新闻 企业战略思考与品牌战略思考第2章 占领受众心智——品牌定位实战方略 开篇案例 “汉芯一号”调查案 品牌定位 品牌定位需要回答的问题 品牌定位方法 开拓性定位 细分性定位 取代性定位 《第一财经日报》与《21世纪经济报道》的未来对峙 《体坛周报》和《足球》：“双雄时代”的定位 《南方体育》定位反思 《财富》、《福布斯》和《商业周刊》：商业精英三剑客 《国家地理》和《中国国家地理》的“地理视角” 《读者文摘》、《读者》：独特的“情感”定位 《读者》和《中国国家地理》的“跟进式定位” 时尚杂志，为“白领、中间阶层”引领时尚 《财经》：政经报刊的定位逻辑 《计算机世界》：占据领袖地位 《金融时报》与《华尔街日报》的重新定位 媒体CEO访谈 “灰色的演变”——解读《华尔街日报》的版面识别 以“人物”切入，做时政杂志老大——与《南方人物周刊》主编文建明、执行主编徐列的对话第3章 寻找DNA——品牌识别方程解析 开篇案例 《国家地理》的“黄色边框” 《国家地理》品牌识别判断 品牌识别及其需要回答的问题 概括品牌识别概念 品牌识别角度与因素 作为产品的品牌 作为组织的品牌 作为个体的品牌·品牌个性 作为符号的品牌 品牌识别结构 核心识别 延伸识别 媒体CEO访谈 总编辑秦朔为《第一财经日报》打分第4章 品牌修炼——品牌资产管理秘诀 开篇案例 品牌资产及其要素 品牌资产 品牌资产要素 品牌知名度 品牌忠诚度 品质认知度 品牌联想 媒体CEO访谈 把“核心竞争力”的“发源地”引入中国——闻洁谈《哈佛商业评论》精粹译丛第5章 考量品牌身价——细说价值评估 开篇案例 品牌价值及品牌评估 感受品牌价值 品牌价值评估的价值 品牌评估机构及评估种类 品牌评估的主要机构 品牌评估种类 品牌价值评估要素及其评估方法 品牌资产评估方法类别 几个具体评估项目采用的评估方法 其他几种排名评选方法 品牌价值评估专家访谈 品牌虽“虚”，其竞争力是“实”的 品牌价值到利润的转化后记

<<专业报刊品牌经营>>

编辑推荐

本书将全球上百种专业报刊的品牌经营故事娓娓道来，如美国《国家地理》的独特品牌识别，英国《金融时报》和《日本经济新闻》的品牌DNA测试，中国的《南风窗》和《精品购物指南》的品牌创建……让人读后大有酣畅淋漓，又发人深省之感。

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>