

<<传媒经营与管理>>

图书基本信息

书名：<<传媒经营与管理>>

13位ISBN编号：9787564507978

10位ISBN编号：7564507977

出版时间：2012-9

出版时间：郑州大学出版社

作者：周鹁鹏

页数：232

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>

<<传媒经营与管理>>

内容概要

《广告学系列教材·高等教育新闻传播学类“十二五”规划教材：传媒经营与管理（第2版）》围绕有关传媒经营管理的理论与实践，系统介绍了传媒经营管理的主要知识框架和知识体系。全书由三个部分构成，即传媒经营管理的基础理论部分、传媒管理部分和传媒经营部分。基础理论部分包括传媒经营与管理概论；传媒管理部分包括传媒环境分析、传媒组织结构、传媒人力资源管理、传媒财务管理、传媒资产管理、传媒生产管理等；传媒经营部分包括传媒市场营销、传媒品牌营销、传媒广告经营管理、传媒集团化经营、传媒资本经营、网络新媒体经营等。本书适合高等院校广告学、传播学、新闻学、编辑出版等专业作为教材使用。

<<传媒经营与管理>>

书籍目录

1 传媒经营与管理概论1.1 大众传媒概述1.2 传媒经营管理1.3 传媒经营管理的内在要求2 传媒环境分析2.1 传媒外部环境分析2.2 传媒内部环境分析2.3 传媒环境分析方法3 传媒领导体制3.1 传媒的领导体制3.2 传媒领导体制的类型3.3 传媒领导体制与组织结构的发展趋势3.4 传媒领导体制探究4 传媒人力资源管理4.1 人力资源及其现代管理4.2 传媒人才的选拔与使用4.3 传媒员工的培训与发展4.4 传媒员工的绩效考评5 传媒财务管理5.1 传媒财务管理的内容和要求5.2 传媒财务管理的环节与过程5.3 财务风险防范与制度规范6 传媒资产管理6.1 传媒资产管理概述6.2 传媒有形资产管理6.3 传媒无形资产管理7 传媒生产管理7.1 传媒采编管理7.2 传媒生产制作管理7.3 传媒产品质量控制8 传媒市场营销8.1 传媒市场营销概论8.2 传媒市场营销STP战略8.3 传媒市场营销4P组合策略8.4 传媒市场营销管理9 传媒品牌营销9.1 品牌与品牌营销9.2 传媒品牌营销的内容9.3 传媒品牌管理10 传媒广告经营管理10.1 传媒广告经营的内涵10.2 传媒广告经营类型、现状及策略10.3 传媒广告经营趋势与管理11 传媒集团化经营11.1 传媒集团化经营的发展历程11.2 传媒集团化战略管理11.3 传媒集团化组建及运营12 传媒资本运营12.1 传媒资本运营概述12.2 我国传媒资本运营现状12.3 传媒资本市场兼并购及收购13 网络与新媒体经营13.1 网络与新媒体概述13.2 新闻媒体网站和商业网站13.3 手机媒体业务及应用参考文献后记

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>