

<<报业集团核心竞争力研究>>

图书基本信息

书名：<<报业集团核心竞争力研究>>

13位ISBN编号：9787566406019

10位ISBN编号：7566406019

出版时间：2013-1

出版时间：安徽大学出版社

作者：曾建雄

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>

<<报业集团核心竞争力研究>>

内容概要

《报业集团核心竞争力研究:对报业发展理念和创新实践的审思与解读》是国家社科基金重点项目“报业集团核心竞争力与改革创新问题研究”的最终成果。

全书以核心竞争力基本理论为轴心和框架,寻找其同报业竞争与发展问题密切相关的最佳契合点——核心竞争力的构成要素,结合报业特性和中外报业(传媒)集团的实践,概括出报业组织核心竞争力的构成要素,深入探究其形成的机理及功能作用,紧密联系国内报业集团改革创新的实践,对一系列具有典型意义的个案进行了剖析,解读其独特价值及其在培育与提升核心竞争力方面所起的重要作用。

<<报业集团核心竞争力研究>>

书籍目录

序 导言（上）理论篇 中国报业集团发展轨迹管窥 一、报业集团产生的背景与预期目标 二、初战告捷的首家报业集团及其影响 三、从“局部试点”到“群雄并起”的新格局 四、媒介生态环境的变化与报业发展的“拐点” 五、报业集团可持续发展战略呼唤核心竞争力 第二章关于核心竞争力研究的理论梳理 一、国外核心竞争力理论研究概况 二、国内核心竞争力理论研究概况 三、新闻传播领域的相关理论研究概况 四、报业领域核心竞争力问题研究现状 五、我们对这一理论研究的基本认识 第三章报业的属性特点及赢利模式探究 一、报业的基本属性及其特点 二、报纸产品的特性及主要赢利模式 三、报纸社会角色与两个效益之关系探讨 第四章报业竞争与发展问题的宏观审视 一、对几个核心概念的解读辨析 二、国内报业市场竞争主体分析 三、报业市场竞争现状透视 四、报业组织参与竞争的战略及策略 第五章报业竞争力构成要素的微观分析 一、内部资源构成要素 二、外部资源构成要素 三、参与市场竞争的能力与水平 四、企业管理的能力与水平 五、采编业务能力与产品的吸引力 六、企业文化与创新能力 七、公信力、影响力与品牌美誉度 第六章报业集团核心竞争力的构成要素 一、报业集团核心竞争力构成要素的框架 二、报业集团核心竞争力构成要素解读 三、报业集团核心竞争力构成要素的合力作用 第七章报业集团核心竞争力缺失原因分析 一、报业管理体制机制对报业集团发展的掣肘 二、报业集团的发展战略滞后 三、报业集团资本运营的两难 四、报业集团核心人才的匮乏 五、报业集团内部协调发展的困惑 六、报业集团创新能力的不足 七、国内报业集团的短板：企业文化的薄弱 第八章培育与提升报业核心竞争力的对策 一、报业体制改革与机制创新 二、经营体制的改革与创新 三、人才管理机制的改革与创新 四、采编业务（报业产品）的创新 五、报业集团发展战略的创新 六、发展战略创新的路径选择 七、以优质企业文化培育与提升核心竞争力（下）案例篇 第九章广东四家报业集团的案例分析 一、广州日报报业集团：改革创新赢得发展先机 二、南方报业传媒集团：战略运营“孵化”多品牌 三、羊城晚报报业集团：“老品牌”遇到新课题 四、深圳报业集团：“一家独大”的优势与困惑 第十章京沪报业集团案例分析 一、光明日报报业集团：沉闷中的一抹亮色 二、北京日报报业集团：“报业航母”的创新之路 三、北京青年报报业集团：“上市”的“烦恼” 四、京华时报：呼之欲出的现代企业集团 五、解放日报报业集团：媒介融合先行一步 六、文汇新民联合报业集团：向文化产业集团迈进 第十一章其他区域报业集团案例分析 一、哈尔滨日报报业集团：深化体制改革初现曙光 二、宁波日报报业集团：经营管理创新实现新跨越 三、新华日报报业集团：党报改革创新的新思路 四、河南日报报业集团：“一报独大”领跑区域报业市场 五、成都传媒集团：跨媒体融合新尝试 六、华商传媒集团：跨区域扩张谱写新篇章 第十二章全球视野中的报业（传媒）集团案例分析 一、跨媒介跨国界的“传媒大鳄”新闻公司 二、大报风范一以贯之的纽约时报公司 三、商业利益至上的甘奈特公司（《今日美国》） 四、实施免费战略的瑞典地铁报集团 结语：新语境下报业可持续发展战略前瞻 参考文献 后记

<<报业集团核心竞争力研究>>

章节摘录

版权页：插图：国内报业这方面做得比较成功是南方报业传媒集团。

在认真分析了其自身的特点基础上，确定了主报《南方日报》新的目标读者群：领导者和各方面的决策者，包括公务员和各层面的管理者、决策者、经营者、研究者等。

以这些各层次的读者为主，再兼顾其他层次的读者。

根据主要的读者群提出了办报质量要求，即要办有高度、有影响力的报纸，以主流新闻适应政府官员和管理者为主的政经大报。

集团还打造出《南方都市报》，使其面向广州、深圳乃至整个珠江三角洲，以城市市民为核心读者群。

这就与主报《南方日报》形成了互补的关系。

而《南方农村报》则是直接办给农民看的基层报纸。

主打全国市场的则有《南方周末》，知识分子是其主要读者群，兼顾各阶层人群，其已成为覆盖全国的经营性品牌报纸；《21世纪经济报道》以政经、产经新闻报道和反映政府决策及产业走势见长，以经济金融人士以及经济研究者为主要读者群。

此外，《城市画报》、《名牌》杂志等也有各自的定位和目标读者。

2003年南方报业传媒集团还与光明日报报业集团联手打造《新京报》，高起点进入北京市场。

由于南方报业传媒集团有效整合了其报刊资源，优化报刊结构，以有序高效的管理延伸报业产业链和价值链，提高了整个集团的竞争力。

3. 信息化管理 报业组织要进行现代管理，就要进行重新整合，管理流程重新整合的突破口，在于进行信息化管理，这是早已被国际国内企业界无数案例证实了的必由之路，是实现新的跨越式发展的重要机遇。

就报业组织而言，包括财务、资金、技术、物资、人力资源，以及采编平台、稿库分类、信息传递、印刷工艺、网站建设等在内的，由内部向外部扩散的全方位管理流程，只有依靠信息化的应用管理才能实现。

而这一全方位的管理流程，又是构成竞争力的软要件（硬要件指拥有自主知识产权的先进技术和产品，目前我国还不多），所以，信息化管理既是管理流程重新整合的突破口，也是提高竞争力的关键。

现代信息管理是一种从一个或者多个信息的来源和渠道收集，然后传递到一个或者多个受众处。

随着计算机的发展，信息管理从过去的纸张管理发展到网络管理，并且成为一种非常之有力的资源。

信息管理是一个组织处理信息的能力，是一个组织管理中的核心能力，因此，组织设计的策略必须瞄准提高信息的处理能力。

<<报业集团核心竞争力研究>>

编辑推荐

《报业集团核心竞争力研究:对报业发展理念和创新实践的审思与解读》由安徽大学出版社出版。

<<报业集团核心竞争力研究>>

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>