

<<广电产业的合作竞争>>

图书基本信息

书名：<<广电产业的合作竞争>>

13位ISBN编号：9787801988201

10位ISBN编号：7801988205

出版时间：2008-1

出版时间：知识产权

作者：郭鸿雁

页数：220

字数：200000

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>

<<广电产业的合作竞争>>

内容概要

合作竞争是以互补为核心、以协同为基础、以共赢为目标的新型经营战略。

本书以系统科学思想为指导，运用系统经济学理论与方法，首先阐述了合作竞争的系统经济学原理，以此为框架，论述了广电产业开展合作竞争的必要性及可行性，广电产业实施合作竞争的主体与背景、类型与形式；进一步地，从纵向角度剖析了我国广电产业合作竞争的自组织演化历程，包括演化形态、演化路径、演化动力等；从横向角度计量了我国广电产业系统资源位、广电产业合作竞争的总体效率，揭示了资源位与合作竞争的内在关系、影响机制，评价了我国广电产业合作竞争的运行绩效；在此基础上，结合广电产业合作竞争的国际经验，提出我国广电产业合作竞争的发展思路。

<<广电产业的合作竞争>>

作者简介

郭鸿雁，女，汉族，1978年出生，中共党员，现为郑州航空工业管理学院讲师。2006年获中国传媒大学传媒经济学博士，主要研究方向为系统经济学、产业经济学、新闻传播学等。曾在《管理世界》、《改革》等核心期刊发表学术论文十余篇，主持或参加省部级科研课题六项，主编教育类图书一部。

<<广电产业的合作竞争>>

书籍目录

第1章 导论

- 1.1 问题的提出
- 1.2 文献综述
- 1.3 研究思路与方法
 - 1.3.1 研究思路
 - 1.3.2 研究方法

第2章 合作竞争的系统经济学原理

- 2.1 从对抗性竞争到合作竞争：系统经济效应
 - 2.1.1 市场竞争行为的演进
 - 2.1.2 订场竞争行为演进的经济学分析
 - 2.1.3 订场竞争行为演进的系统科学分析
 - 2.1.4 系统经济效应
- 2.2 合作竞争的自组织条件
 - 2.2.1 开放性
 - 2.2.2 非平衡性
 - 2.2.3 非线性
 - 2.2.4 涨落
- 2.3 合作竞争的机理与模型
 - 2.3.1 合作竞争的两层次模型
 - 2.3.2 合作竞争的资源整合机理
 - 2.3.3 资源位理论概述
 - 2.3.4 合作竞争的资源位模型
- 2.4 影响合作竞争自组织演化的序参量
 - 2.4.1 技术
 - 2.4.2 知识
 - 2.4.3 社会与文化
 - 2.4.4 法律、法规及标准

第3章 广电产业合作竞争概述

- 3.1 广电产业系统的特征
 - 3.1.1 经济学特征
 - 3.1.2 系统学特征
- 3.2 广电产业系统的构成
 - 3.2.1 根据行政级别：全国性广电产业系统、省级广电产业系统、地方性广电产业系统
 - 3.2.2 根据信号传输方式：无线(地面)广播电视系统、有线广播电视系统、卫星广播电视系统
 - 3.2.3 根据价值链环节：内容制作系统、节目播出系统、广告经营系统、衍生服务系统
 - 3.2.4 根据产业链角色：内容生产系统、内容集成系统、平台运营系统、技术服务系统
 - 3.2.5 根据赢利模式：传统广播电视系统、新型广播电视系统
 - 3.2.6 根据经费来源：公共广播电视系统、商业广播电视系统
 - 3.2.7 根据所有权性质：公有广播电视系统、非公有广播电视系统
- 3.3 广电产业系统的媒介生态
 - 3.3.1 政府
 - 3.3.2 他类媒介
 - 3.3.3 同类媒介
 - 3.3.4 企业(广告商)

<<广电产业的合作竞争>>

3.3.5 其他行业

3.3.6 境外媒介集团

3.4 广电产业合作竞争的类型

3.4.1 横向型合作竞争

3.4.2 纵向型合作竞争

3.4.3 跨业型合作竞争

3.5 广电产业合作竞争的形式

3.5.1 准联合组织

3.5.2 合营企业

3.5.3 战略联盟

3.5.4 媒介集团

3.5.5 辛迪加

第4章 我国广电产业合作竞争的演化变迁

4.1 演化形态：单一结构—分工结构—模块化结构

4.1.1 1978—1995年：单一结构阶段

4.1.2 1996—2000年：分工结构阶段

4.1.3 2001年至今：模块化结构阶段

4.2 演化路径：系统深化、系统广化

4.2.1 系统深化：产业链、价值链延伸

4.2.2 系统广化：跨媒体、跨区域、跨行业扩张

4.3 演化动力：主导序参量的转换

第5章 我国广电产业合作竞争的实证分析

5.1 广电产业系统的资源位分析

5.1.1 分析目标、思路与方法

5.1.2 不同层级电视媒体内容资源位的数学计量

5.1.3 分析结论与启示

5.2 广电产业合作竞争的绩效评价

5.2.1 分析目标、思路与方法

5.2.2 广电产业合作竞争绩效的财务分析

5.2.3 分析结论与思考

第6章 广电产业合作竞争的国际经验

6.1 成熟的运作形式：辛迪加、媒介集团

6.1.1 辛迪加

6.1.2 媒介集团

6.2 典型的运营战略：资源位分离、资源位特化、核心资源整合

6.2.1 资源位分离：西欧三国电视业考察

6.2.2 资源位特化：维亚康姆集团分析

6.2.3 核心资源整合：美国在线—时代华纳反思

第7章 我国广电产业合作竞争的发展思路

7.1 广电产业合作竞争的指导思想

7.1.1 促进主导序参量形成，推动合作竞争自组织演化

7.1.2 建立以资源位为核心的合作竞争形成机制，加快资源整合

7.2 广电产业合作竞争的运作形式

7.2.1 辛迪加、媒介集团发展建议

7.2.2 演进趋势：网络组织、企业生态群

7.2.3 合作竞争形式的螺旋演进

7.3 广电产业合作竞争的机制设计

<<广电产业的合作竞争>>

- 7.3.1 广电产业合作竞争机制设计的理论描述
- 7.3.2 基于可转移效用的广电产业合作竞争机制设计
- 7.4 广电产业合作竞争的运营战略
 - 7.4.1 资源位战略
 - 7.4.2 资源整合战略
- 第8章 进一步研究的专题
 - 8.1 产业边界漂移：广电产业合作竞争中的产业融合
 - 8.1.1 产业边界漂移理论
 - 8.1.2 广电产业合作竞争中的产业融合
 - 8.1.3 网络电视 / 网络广播是推进产业融合的重要途径
 - 8.2 产业系统集成：广电产业合作竞争的必然趋势
 - 8.2.1 系统经济特征与产业系统集成
 - 8.2.2 产业系统集成概述
 - 8.2.3 广电产业系统集成的演进模式：自组织与他组织
 - 8.2.4 推进广电产业系统集成的思路与建议
- 第9章 结论与展望
- 中文参考文献
- 英文参考文献
- 后记

<<广电产业的合作竞争>>

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>