

<<牡丹江新闻传媒集团发展报告>>

图书基本信息

书名：<<牡丹江新闻传媒集团发展报告>>

13位ISBN编号：9787802302792

10位ISBN编号：780230279X

出版时间：2006-9

出版时间：社会科学文献出版社

作者：周鸿铎

页数：317

字数：331000

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>

<<牡丹江新闻传媒集团发展报告>>

内容概要

牡丹江新闻传媒集团发展报告由中国传媒大学教授周鸿铎主编。周教授是我国最早研究传媒经济的学者之一，在传媒经济研究领域建树颇多。为了加强对牡丹江新闻传媒集团的研究，中国传媒大学在牡丹江建立了研究基地，对该集团公司的发展历程进行了跟踪研究。牡丹江新闻传媒集团的经验对全国尤其是地市级传媒集团有借鉴意义。

<<牡丹江新闻传媒集团发展报告>>

作者简介

周鸿铎，河南濮阳人。

1964年毕业于郑州大学政治系，先后在国家对外文化联络委员会、北京日报社工作，1982年调入中国传媒大学（原广播学院）。

现任中国传媒大学教授、博士生导师、传媒经济研究所所长、网络经济研究所所长，第七届世界传媒经济学术会议顾问、学术指导。

曾先后

<<牡丹江新闻传媒集团发展报告>>

书籍目录

序沿革与发展 牡丹江新闻传媒集团历史沿革 牡丹江新闻传媒集团改革之路 牡丹江新闻传媒集团改革举措体制、机制创新 体制创新 机制创新 体制、机制创新的成果产业运营实践 我国传媒产业框架及产业实践 牡丹江新闻传媒集团产业扩张战略 产业运营的途径和框架 产业经营与舆论导向重组扩张战略 重组背景 资源整合 重组策略与成效发展的基石 法人治理结构 集团公司文化战略 人才发展战略 品牌发展战略 全员成本核算启示和经验 发展是硬道理 改革要配套进行、循序渐进 产业经营要始终坚持以市场为导向 坚持正确的舆论导向 坚持可持续发展的原则附录参考文献编后

<<牡丹江新闻传媒集团发展报告>>

章节摘录

他看中的是对牡丹江广电的贡献，是牡丹江广电产业的发展，并不是局长的“宝座”。正是有这样的带头人，使牡丹江广播电视产业集团的职工都养成了比贡献、比业绩的优良作风，从不考虑集团公司是什么级别，个人又是什么级别。

从理论的角度分析，衡量媒介产业集团实力的不是集团公司的级别，而是媒介产业集团在本行业内应占的份额。

比如默多克是什么级别？

比尔·盖茨是什么级别？

李嘉诚是什么级别？

这些世界上的名士是没有行政级别的，但是他们对人类的贡献、业绩是一些具有高位的行政官员无法比拟的。

所以，在广播电视产业集团组建过程中，应该学习牡丹江广电人的做法，取消级别意识，树立比贡献、比业绩的思想，这是把我国广播电视产业做强做大的根本。

其七，重视“一把手”工程建设。

在广播电视产业系统内部，许多地方的广播电视产业的发展状况都是同“一把手”的能力相联系的。

如果“一把手”的市场意识较强，经营手段得力，其社会效益和经济效益都比较好；相反，如果“一把手”的能力较弱，其社会效益和经济效益都不会理想。

不管是“一把手”能力强的广播电视产业部门，还是“一把手”能力较弱的广播电视产业部门，都有一个共性的问题，即对人才的培养都不够重视，常常出现“一把手独立作战”的现象。

牡丹江新闻传媒集团公司的“一把手”工程，其实质就是以“一把手”为核心造就一批具有“一把手”水平的领导集体，既保证了“一把手”意图的实现，又能使“副手”创造性实现“一把手”意图的人才环境条件。

牡丹江广播电视产业集团的“一把手”工程充分体现了“以人为本”的思想，把核心人才的作用同发挥人才群体作用紧密地结合起来，既体现了“一把手”的作用，又体现了人才群体的作用。

其八，学会自己走路。

牡丹江广电人立足于本地，放眼全省和全国的广电资源，坚持走自己的路，科学借鉴他人的经验和技巧，创造性地提出了“以本源产业为核心，实行延伸产业、关联产业环状开发”的本地媒介产业开发和经营模式，并在此基础上实施逐步向外扩张战略。

.....

<<牡丹江新闻传媒集团发展报告>>

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>