第一图书网, tushu007.com

<<传媒变革>>

图书基本信息

书名：<<传媒变革>>

13位ISBN编号：9787806468654

10位ISBN编号：780646865X

出版时间：2005-12

出版时间：上海文化出版社

作者：傅平

页数：342

字数：306000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

我国加入世界贸易组织后，中国传媒集团进一步置身于国际传播的大环境中。
过去中国传媒业的竞争都是体制内的竞争，是同一体制下不同媒体形式的竞争，而今后的竞争将是直面国际传媒而进行的不同体制之间的竞争。
全球时代的来临，意味着任何国家，民族都不可能处于封闭状态，而必须以开放的姿态面对传媒全球化的挑战。
所以，中国传媒集团为应对全球一体化的传播竞争环境所进行的组织转型和变革已刻不容缓。
　全球化传播环境的变化将直接推动中国传媒集团组织的质的飞跃。
组织转型和变革已摆到中国传媒集团的议事日程上，以组织转型去适应竞争异常激烈的传播环境是中国传媒集团转型和变革的唯一出路。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

傅平 复旦大学经济学硕士、管理学博士。
研究方向为传媒变革、战略管理、人力资源管理和企业文化等。
上海电视艺术家协会会员，现就职于SMG新闻传媒集团东视音乐频道，任监制。

1986年起，曾在上海人民广播电台，上海有线电视台、上海东方电视台的记者、编辑、编导、监制

书籍目录

中文摘要第一章 总论 第一节 中国传媒集团组织转型研究的现实背景 一 全球一体化的传播环境 二 经济全球化对传播环境带来的影响 第二节 组织转型研究的理论背景 一 战略管理理论与组织转型理论的研究 二 实在论范式假设的基础理论研究 第三节 研究思路和框架内容 一 基本研究思路——科学发展的战略分析框架 二 组织转型研究的框架内容 第四节 研究对象的界定 一 产业集团 二 传媒集团 三 中国传媒集团组织转型研究的三个前提 四 中国传媒集团组织转型和变革研究的深层思考第二章 方法论与研究设计 第一节 方法论的尝试和探索 一 组织转型的结构主义有机观 二 组织转型的建构主义观 三 基于组织动态系统开放结构的传媒生态视角 第二节 具体研究方法的探讨 一 田野研究与实证方法相结合 二 传媒变革研究的方法架构第三章 文献追溯和探讨 第一节 传统组织理论学派的研究与发展 一 行为科学的组织理论 二 系统理论 第二节 现代组织理论学派的研究与发展 一 群体生态理论——自然选择三个阶段 二 传媒生态环境理论 三 资源依赖理论 四 交易费用理论 五 新制度组织理论 六 委托——代理理论 七 组织阶跃均衡理论 第三节 既有组织理论的评析和探讨 一 系统组织理论 二 现代组织理论 三 对既有组织理论方法的评析第四章 组织转型的一般理论模型第五章 中国传媒集团现状分析第六章 中国传媒集团组织转型的实践——目标/制度/结构/途径和策略参考文献后记

第一图书网, tushu007.com

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