

<<电视品牌战>>

图书基本信息

书名：<<电视品牌战>>

13位ISBN编号：9787806776513

10位ISBN编号：7806776516

出版时间：2004-1

出版时间：广东经济出版社

作者：张云

页数：305

字数：391000

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>

<<电视品牌战>>

内容概要

本书第一次把国内第一个定位于区域的省级卫视“西部黄金卫视”战略制定的思考过程作为一个案例完整呈现出来，相信这是国内为数不多的媒体战略实战的第一手的鲜活资料，值得每一个中国媒体经营者或者战略实战者研究和参考。

在欧美发达国家，营销和战略导向已经成为传媒发展的主流模式，而且已经成为国外传媒经营盛行的思想。

中国的电视传媒迫切需要一次营销观念的洗礼和革命，从而真正进入传媒的营销时代，从这个意义上讲，这本书恰逢其时。

<<电视品牌战>>

作者简介

张云，广州上韬广告总经理，智盛堂媒体策略顾问策略总监。

曾为广州4A最年轻的策略总监。

先后为红塔集团、广东发展银行、安徽卫视、西部黄金卫视、华凌空调、羊城晚报、都市时报等众多知名品牌提供实效战略咨询和策略服务。

并担任多家企业和媒体的策略顾问。

<<电视品牌战>>

书籍目录

第一部分 竞争格局 处女地、蛋糕或者泡沫 中国的电视传媒 省级卫星电视的崛起 中国电视新格局 第二部分 探索与实践 CCTV·中国中央电视台 省级卫视 境外卫视 东方卫视 第三部分 营销观念与战略思想 从营销史看中国电视媒体的市场环境 中国企业（媒体）必须学习的两种经典理论 定位观念中由外而内的营销思考模式 战略的基本原则 战略是市场剧变中的指南针 如何在复杂的环境面前选择战略 第四部分 反思 战略视角下的央视改版与新闻频道的开播 解读省级卫视 凤凰卫视的战略风险 星空卫视的战略问题 关于省级卫视联播的反思 第五部分 趋势与创新 国家最新传媒产业政策 从报纸的市场化之路看电视传媒的政策走向 从央视改革以及中超转播权旁落看未来的电视产业竞争 从境外频道的渗透与进入看竞争环境 电视技术的发展对电视产业的影响 数字电视对中国电视媒体战略的影响 内在竞争环境和竞争战略的演变及趋势 星战已经开始 实战案例 西部黄金卫视战略研究报告

<<电视品牌战>>

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>