

<<媒介管理>>

图书基本信息

书名：<<媒介管理>>

13位ISBN编号：9787810299015

10位ISBN编号：7810299018

出版时间：2000-8

出版时间：暨南大学

作者：支庭荣

页数：327

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>

<<媒介管理>>

内容概要

人们常常认为，管理是大型企业机构所必需的，因而是比较现代的实践。

然而早在公元前6000年，人群已经组织起来承担大型的项目。

埃及有建造金字塔、希伯来人的“出埃及”、罗马人修筑道路和高架渠、中国人筑万里长城，如果没有许多管理技术的运用，完成这些工程中的任何一项都是令人难以置信的。

从整体来看，管理是一切组织的根本，管理的好坏关系着一个组织兴衰。

对企业而言，它是经营成效的重要指标；对政府机构而言，也是影响行政绩效的关键所在。

<<媒介管理>>

书籍目录

序1 媒介管理的基本概念 什么是管理 什么是媒介管理 现代媒介的生存环境 现代媒介管理的基本要求2 媒介组织 组织理论的内容 媒介的技术特性与组织形式 媒介的内部治理结构 媒介的组织结构设计3 媒介领导 管理者与领导者 领导与领导工作 媒介的管理者与领导者 担任媒介领导者的条件4 媒介市场分析 媒介市场的概念与角色 消费者选择与媒介的市场回应 市场结构与媒介的市场行为 外部环境与媒介经济动作的政府介入 媒介市场分析的具体步骤5 媒介策划 策划与媒介策划 媒介的战略策划 媒介的中期策划 媒介的短期经营策划6 媒介的产品营销 报纸的发行 广播电视的节目经营7 媒介的广告营销 报纸广告版面的销售 广播电视广告时间的销售 媒介的销售促进8 媒介的生产管理9 媒介的财务管理10 媒介的人力资源管理11 媒介的产业化经营12 媒介的集团经营13 媒介的资本经营14 媒介的品牌经营15 媒介的跨国经营16 媒介的网上经营主要参考书目

<<媒介管理>>

编辑推荐

事实上，大众媒介承担着多方面的功能，它是信息的媒介、广告的媒介、娱乐的媒介，同时又是服务的媒介。

在我国，新闻媒介既是产业的媒介，更是意识形态的媒介。

它们是社会公器，属于类似于政府、学校等公共领域内的一员。

它们必须承担起宣传教育的功能，服务于社会大众的普遍的利益和兴趣。

因此，如何在公共利益与自身利益、社会效益与经济效益之间维持前者优先、两者恰当的平衡，是媒介管理者面临的一个头等重要的任务。

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>