

<<媒介组织学>>

图书基本信息

书名：<<媒介组织学>>

13位ISBN编号：9787810858557

10位ISBN编号：7810858556

出版时间：2007-1

出版时间：中国传媒大学出版社（北京广播学院音像）

作者：李红艳

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>

<<媒介组织学>>

内容概要

媒介产业化是一个日益现实化的问题。

本书通过对于媒介组织的全方位分析，从管理学、组织学、社会学、政治学、心理学、新闻学、传播学的角度提供了认识媒介组织的定义、属性、特征、类别的系统性结构，并从媒介组织体制模型、设计原则、沟通和决策过程出发，分析了媒介组织的一般运作过程，提供给读者一幅清晰明朗的图画。最后，从文化学入手，引导读者认识组织文化，进而媒介组织文化，了解媒介组织文化杠不问的社会历史背景中的特色，对于认识媒介产业化发展提供补充性视角。

更重要的是，读者还可以在每一章节后，获得丰富的关于媒介组织的相关案例分析，从而可以和媒介组织的实际运作结合起来。

<<媒介组织学>>

作者简介

李红艳，中国农业大学媒体传播系副教授。

曾在报社任职，后赴德国柏林自由大学留学，获博士学位。

主要研究方向为：乡村传播、传播学理论和媒介经营管理等。

近期的主要研究成果包括：MediaChange in China—China ' s Media in the Process Of Globalization(英文专著)，Dr . Kovac : Verlag , 2005年9月版；《中国乡村乡村传播学》(董编之一和主要作者之一)，知识产权出版社，2005年9月版；并发表有关传播学理论、乡村传播等方面的论文数篇。

<<媒介组织学>>

书籍目录

引言第一章 组织学导论一、什么是组织二、组织的基本要素三、组织的类型四、组织结构及功能五、组织理论的流派及演变 案例1—1：如何认识组织 案例1—2：如何从组织的定义来认识组织 第二章 媒介组织一、媒介属性二、什么是媒介组织案例2—1：非正式组织间的影响三、媒介组织形式的演变史案例2—2：广州日报报业集团的组织模式四、媒介组织结构模型案例2—3：辽宁电视台北方电视传媒的组织结构 五、媒介组织的发展趋势案例2—4：如何认识媒介组织的运作 第三章 媒介组织体制和设计原则 一、媒介组织的权力分配形式二、媒介组织体制的类型三、媒介组织的设计原则四、媒介组织的设计理论及程序案例3—1：用组织学原理分析媒介组织体制下设计的得失案例3—2：人员增加了，为何工作效率没有提高 案例3—3：四川期刊集团的组建原则 案例3—4：《新京报》的组织体制和设计原则 第四章 媒介组织机构的设置和类别 一、媒介组织机构的设置二、媒介组织的分类三、媒介组织的内部结构四、媒介组织的地位和作用 第五章 媒介组织过程一、有效的组织沟通二、有效的组织决策案例5—1：海尔冰箱中国农村市场营销策划 案例5—2：请分析案例中的决策有哪些类型 三、媒介组织的沟通与决策案例5—3：《北京日报》的编辑部管理：有效沟通的尝试案例5—4：某企业员工意见沟通制 案例5—5：朗诺·拉戴尔的报告 第六章 媒介组织的变革一、组织变革理论二、媒介组织变革案例6—1：组织变革案例分析：一个成功企业家的难题三、中国媒介组织变革的趋势案例6—2：奥帝康公司组织结构变革案例6—3：《北京青年报》编辑部组织模式的变革 第七章 文化对媒介组织的影响 一、文化与组织文化概述案例7—1：构成组织文化的因素 案例7—2：组织文化的叙事结构 二、组织文化理论三、组织文化的创造和发展 案例7—3：个体形象的含义四、媒介组织文化案例7—4：凤凰卫视的组织文化：人本特色 案例7—5：如何认识媒介组织内的个体选择行为? 参考文献

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>