

媒体战略策划



[媒体战略策划_下载链接1](#)

著者:李建新

出版者:复旦大学出版社

出版时间:2006-6

装帧:简装本

isbn:9787309050158

为了全面提升中国媒体的综合实力，加速中国媒体赶超世界先进水平的步伐，营造适宜于中国和平发展的国内外舆论环境，保持媒体与政治、经济、文化及社会等各方面的协

调和谐发展，在西方媒体主宰世界舆论的现实下能更多地听到来自中国媒体的声音，中国媒体需要从战略的高度进行科学的策划和决策。

本书在分析中国媒体现状的基础上，提出了媒体发展需要战略策划的核心论点，阐述并论证了“西方以数理为基础的策划技术+东方以哲学为基础的策划艺术”为主要理论支撑的策划科学是可以应用到中国媒体的策划中的，并且通过对个案的介绍和剖析，证明了这种方法的行之有效。

对媒体进行战略策划的研究和开展实践方面的探索并不鲜见，但系统、深入的研究和探索工作进行得还很不够。借助于策划科学的理论以及其他相关的哲学、历史学、社会学、管理学、艺术学、科学学等方面的理论，来探求和构建中国媒体策划的理论框架和寻找实践的路径，还是一项首创和开拓性的工作。

本书就什么是媒体的战略策划，媒体战略策划的本质和作用，媒体战略策划包括的过程，如何对媒体战略进行解读与评析，怎样实施媒体的战略，媒体领导与媒体战略策划的关系，媒体战略策划应有的境界，媒体战略策划可能出现的失误及如何避免媒体战略策划的失误，如何进行战略策划的反馈和调整等进行了理论论证，同时给出了实现媒体战略目标的途径和操作要领，论述得体，详略得当，切中肯綮。特别是“媒体战略策划应有的四种境界”一章，高屋建瓴，纵横捭阖，旁征博引，合理借用，读来如饮甘醇，品之余味无穷，思之启发良多。

媒体战略策划涉及的因素比较多，加之每个媒体的客观情况不同，因此，媒体战略策划一定要从实际出发。对每个策划体的全面、准确的认识分析研判是保证策划方案科学、可行的前提和基础。本书以个案解剖的方式对不同类型的具有代表性的媒体进行条分缕析，具有理论的佐证作用和实践的映证功能。

作者介绍:

目录:

[媒体战略策划_下载链接1](#)

标签

经管理论

策划

新闻传播

媒体战略策划

媒体

评论

[媒体战略策划_下载链接1](#)

书评

[媒体战略策划_下载链接1](#)