

电视传媒运营管理



[电视传媒运营管理_下载链接1](#)

著者:于聚义

出版者:中国传媒大学

出版时间:2010-5

装帧:

isbn:9787811278507

《电视传媒运营管理》内容简介：中国电视产业化的改革进入了实质性阶段，整体上的制播分离开始实施，电视传媒之间优胜劣汰、强弱合并、强强联合的进程加快，产业集

团格局初步呈现。在激烈的竞争态势下，一套具有战略高度且行之有效的运营管理体制，成为电视传媒的立身之基。《电视传媒运营管理》将之归纳为电视传媒运营管理“十步法”，从知己知彼方略、运营团队系统，到整合可用资源、掌控多元营销，一一加以阐释与辨析。

《电视传媒运营管理》将前沿性运营管理理念与实战性操作法相结合，从战略高度对中国电视传媒产业的发展做出了务实、新颖而不失尖锐的思考。

作者介绍:

于聚义，陕西电视台高级记者，资深电视战略与运营专家。

曾供职三家省级电视台。多家电视台顾问，中国传媒大学、陕西师范大学、西安交通大学等多所高校特聘教授。2000年获国家广电总局和中广协授予的中国首届“广播电视理论工作者”称号。专著有《探索电视》《电视片编辑理论与技巧》《电视谋略》《凹凸镜头》等。

目录: 前言: 送给中国电视CE——传媒全新的运营理念 运营管理第一步: 知己知彼方略
第一节 咨询的触角伸进来 第二节 评估委托的传媒 第三节 准备运营的团队 第四节
摆正“君臣”的位置 相关链接 推荐阅读 运营管理第二步: 运营团队系统 第一节
建立运营管理系统 第二节 提升运营管理能力 第三节 重视运营团队的建立 第四节
运营管理系统介绍 第五节 有效的解决方案 相关链接 推荐阅读
运营管理第三步: 人力资源管理 第一节 人才还是庸才 第二节 选好中层团队 第三节
中层知识更新 第四节 中层授权运营 相关链接 推荐阅读
运营管理第四步: 培育受众市场 第一节 什么是收视率 第二节 什么是市场份额 第三节
什么是市场占有率 第四节 对公众的影响与分析 相关链接
运营管理第五步: 竞争战略战术 第一节 分析竞争对手 第二节 竞争的核心问题 第三节
用什么战略去竞争 第四节 研究对手与研究自己 第五节 化竞争为竞合 推荐阅读
运营管理第六步: 节目质量管理 第一节 节目质量标准流程 第二节 从受众需求出发
第三节 实行绩效考核 第四节 节目评估体系 第五节 质量监督审计 第六节
创优是实力的象征 推荐阅读 运营管理第七步: 整合可用资源 第一节 传媒资源的概念
第二节 整合的“借力用力” 第三节 “三才”整合法则 第四节 整合原则与投资回报
相关链接 运营管理第八步: 掌控多元营销 第一节 营销目标的确定 第二节
受众为中心的营销规划 第三节 营销战略决策的参照系 第四节 品牌战略的“艺术”之路
相关链接 运营管理第九步: 快速提升发展 第一节 领导者与管理层 第二节
战略管理与战术管理 第三节 战略制定与战略实施 第四节 供应链与节目采购 第五节
所有问题都不是问题 运营管理第十步: 创新影响力与产业化 第一节 策划创意活动
第二节 链接公益扩大影响 第三节 影响力带动广告 第四节 创新要讲科学 第五节
衡量传媒影响力标准 第六节 电视产业化的机遇与挑战 相关链接 推存阅读
参考文献 后记
• • • • • (收起)

[电视传媒运营管理_下载链接1](#)

标签

工作

传媒

评论

[电视传媒运营管理_下载链接1](#)

书评

[电视传媒运营管理_下载链接1](#)