**《媒介经营管理》课程教学大纲**

一、课程基本信息

课程代码：16149602

课程名称：媒介经营管理

英文名称：Media Management

课程类别：专业课

学时：32学时

学　　分：2学分

适用对象: 媒介经营管理教学班

考核方式：考查

先修课程：无

二、课程简介

《媒介经营管理》是广播电视编导专业的专业选修课，其作用是介绍媒介经营与管理学的基本知识，培养和训练学生对传媒产业的分析及运筹能力。使学生通过学习了解媒介经营与管理学的基本概念、研究范畴，并以对传媒产业分析为主体框架，引导学生培养起分析传媒经营的思考能力，提高学生的职业精神和职业能力。

三、课程性质与教学目的

本课程是针对广播电视编导专业本科生开设的一门专业选修课程，通过本课程的教学，**使学生立足媒介发展的时代进程，掌握媒介经营和管理的规章制度，**全面了解媒介经营管理的基本原理、基本知识和基本特征，让学生在系统理论学习和典型案例分析中掌握各类媒体的经营管理规律、策略和主要方法，从而培养和提高学生应对媒介市场额驾驭媒介市场的综合能力和素质。

四、教学内容及要求

**第一章 媒介经营管理概述**

（一）目的与要求

1.总体上对当前媒介经营管理学的学科特点进行整体介绍

2.了解媒介与社会、媒介内部人才等因素的互相影响

3.理解媒介经营、媒介管理的概念及内涵

（二）教学内容

第一节 媒介经营管理学科

1.主要内容：

涉及政治、经济、管理、营销等多方面内容。**了解媒介经营管理开展所需的理想与信念，研究媒介与社会、媒介内部人才等因素的互相影响**，与现实的媒介经营管理活动紧密联系。

2.基本概念和知识点：

媒介经营管理学的学科特点、学习和研究媒介经营管理学的意义

3.问题和应用：

媒介经营管理学涉及哪些方面的内容？

与现实的媒介经营管理活动怎样进行紧密联系？

1. 媒介经营

1.主要内容：

开展经营活动的条件，媒介经营活动范围和相应条件

2.基本概念和知识点：

媒介经营就是对媒体、媒介内容以及媒介实体的运筹

3.问题和应用：

新闻事业和媒介的定义、特征，以及二者之间的区别和联系？

媒介经营的内部条件和外部条件是什么？

第三节 媒介管理

1.主要内容：

媒介管理的基本概念，媒介的产业功能

2.基本概念和知识点：

媒介经营管理的包括媒介产品的生产经营活动、媒介产品的经营管理、媒介产品生产与宏观的社会经济发展的关系

3.问题和应用：

媒介经营管理包括哪些内容？

分析我国媒介经营与管理发展的渠道有哪些？

（三）思考与实践

**1.媒介经营和管理活动需要坚持什么样的道德原则？**

2.如何理解构成组织的四个要素？

3.媒介职业经理人具备哪些特征？

4.作为当代大学生应该如何审视身边的各类媒体？

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

**第二章 媒介产业的市场演变**

（一）目的与要求

1.介绍作为现代市场重要组织部分的媒介市场

2.使学生从宏观了解媒介产业化经营背景

3.掌握我国媒介产业经营历程

（二）教学内容

第一节 媒介产业经营

1.主要内容

媒介市场的性质和特点、媒介产业化经营背景

2.基本概念与知识点

产业化才是媒介最终获得主体地位的必要条件，传媒业具有鲜明的信息产业的特征

3.问题与应用

媒介产业化形成的渠道有哪些？

**媒介产业化与国际化、社会发展之间具有怎样的关系？**

第二节 我国媒介产业经营历程

1.主要内容：

**政策对我国媒介产业发展的支持，**中国媒介市场化的首次尝试，中国传媒产业市场化的再度兴起

2.基本概念与知识点

十一届三中全会后,报纸种类、期刊数量、图书出版、广播电视台迅速增加。事业单位、企业管理推行。广告、报刊自办发行、承包等多种传媒经营活动展开。

3.问题与应用

思考我国媒介产业经营的特点是什么？

（三）思考与实践

**1.国际化进程和社会变化与媒介的发展状况有怎样的关系？**

2.我国媒介产业经营的特点？

3.媒介产业化对社会发展具有怎样的影响？

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

5.案例分析

**第三章 媒介外部环境分析**

（一）目的与要求

1.介绍环境分析的关注点

2.了解常用的分析方法

3.能够进行媒介外部环境分析

（二）教学内容

第一节 环境分析方法

1.主要内容

常用分析方法有总体环境分析和又关键因素分析法

2.基本概念与知识点

竞争环境分析的主要关注变化的程度、可预测的程度和机会与威胁

3.问题与应用

为什么需要进行竞争因素分析？

环境分析在媒介经营管理中充当怎样的作用？

第二节 媒介的总体环境分析

1.主要内容

**媒介的政治法律环境、经济环境、社会环境、技术条件分析**

2.基本概念与知识点

**媒介经营管理过程中受到各种政治制度、政治环境、法律体系的影响，其中政治因素影响最大**

3.问题与应用

**为什么说媒介的经营管理活动是一种文化生产，具有文化性？**

怎样理解信息技术、网络技术、数字技术给媒介经营管理带来新的动力和机遇？

（三）思考与实践

1.思考影响消费者消费的主要因素

2.分析数字电视竞争力

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

5.案例分析

**第四章 媒介内部环境分析**

（一）目的与要求

1.介绍媒介资源的类别和构成

2.了解媒介组织文化及其功能

3.掌握媒介核心能力的建设

（二）教学内容

第一节 媒介资源分析

1.主要内容

资源分析、媒介价值链分析、资源的评估与改良

2.基本概念与知识点

媒介资源包括有形资源和无形资源。媒介资源具体包括资本资源、技术资源、专利资源、智能资源

3.问题与应用

资源对于媒介机构活动具有哪些基本作用？

第二节 人力资源分析

1.主要内容

人力资源的战略涵义、现代人力资源管理、媒介组织文化

2.基本概念与知识点

媒介组织文化的概念和作用

3.问题与应用

媒介组织文化是怎样形成的？

第三节 核心能力

1.主要内容

核心能力的概念、特征，核心能力建设

2.基本概念与知识点

**塑造媒介核心能力必须提高组织领导人的核心竞争力意识，把握正确的媒介道德观念和媒介从业原则，**掌握核心技术、集中资源、进行差异化经营与管理、塑造知名品牌、打造优秀组织文化、提高人力资源管理能力

3.问题与应用

什么是媒介的核心能力？

如何打造媒介核心能力？

（三）思考与实践

**理解媒介组织文化的导向功能、规范功能、凝聚功能、激励功能、塑造形象功能和社会贡献功能**

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

5. 案例分析

**第五章 构建竞争优势**

（一）目的与要求

1.了解持续竞争优势的重要性和来源

2.掌握成本领先战略和差异化战略的内涵和实现途径及其优势与风险

（二）教学内容

第一节 媒介市场竞争战略

1.主要内容

市场战略模式、媒介盈利模式、市场竞争优势及其来源

2.基本概念与知识点

组织战略的概念、战略管理模式的构成

3.问题与应用

组织竞争优势可持续性的主要来自于哪里？

媒介盈利模式是怎样的？

第二节 基于差异化的竞争优势

1.主要内容

差异化战略的内涵、差异化实现途径、差异化的优势与风险

2.基本概念与知识点

了解特定细分市场、避免同质化、错开正面竞争、保持竞争优势

3.问题与应用

以分众传媒为案例，分析其目标差异化战略

（三）思考与实践

1.成本领先战略和差异化战略的实现途径有哪些？

2.成本领先战略和差异化战略的优势与风险有哪些？

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

5.案例分析

**第六章 整合业务范围**

（一）目的与要求

1.了解媒介业务整合路径

2.理解集约式成长战略的内涵及相关战略

3.理解多元经营成长战略的内涵及相关战略

（二）教学内容

第一节 业务整合路径

1.主要内容

业务整合前提：SWOT分析、讨论城市电视台开展数字电视业务SWOT分析的案例、探讨业务整合的途径

2.基本概念与知识点

业务整合的途径有在现有业务领域中寻找机会、建立或收购与目前业务有关的业务、增加与目前业务无关的有吸引力的业务等

3.问题与应用

SWOT分析法之于媒介经营管理的作用？

通过对具体案例的分析掌握业务整合的路径

第二节 集约式成长战略

1.主要内容

市场渗透战略、市场开发战略、品牌战略与新产品开发战略、一体化成长战略

2.基本概念与知识点

集约式成长战略的内涵及作用

3.问题与应用

市场渗透战略具有什么样的特点？

**为什么品牌战略需要紧跟社会主义核心价值？**

第三节 多元化经营成长战略

1.主要内容

多元化战略的内涵、相关多元化战略

2.基本概念与知识点

多元化经营成长战略的内涵及作用、新闻集团的全球化之路

3.问题与应用

如何理解相关多元化战略和无关多元化战略？

（三）思考与实践

1.纵向一体化和横向一体化分别具有什么样的优势？

2.思考《国家地理》的品牌战略

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

5.案例分析

**第七章 优化竞争关系**

（一）目的与要求

1.了解媒介战略联盟的内涵

2.掌握构建战略联盟的方式

3.进行媒介战略联盟的实战分析

（二）教学内容

第一节 竞合理论

1.主要内容

竞合理论对媒介的现实意义

2.基本概念与知识点

竞合的途径包括内部开发、兼并和收购、联合或联盟

3.问题与应用

思考基石竞合理论对于媒介发展的意义

第二节 战略联盟：提升媒体竞争能力

1.主要内容

战略联盟的内涵、构建联盟的几种方式

2.基本概念与知识点

构建联盟方式有同类联盟、价值链联盟、互补性联盟

3.问题与应用

战略联盟能够给媒介组织带来哪些方面的优势？

（三）思考与实践

1.探讨城市电视台数字化对策

2.进行媒介战略联盟的实战分析

（四）教学方法与手段

1.课堂讲授

2.课堂讨论

3.分组讨论

4.多媒体教学

5.案例分析

五、各教学环节学时分配

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **教学环节**  **教学时数**  **课程内容** | **讲**  **课** | **习**  **题**  **课** | **讨**  **论**  **课** | **实验** | **其他教学环节** | **小**  **计** |
| 第一章 | 4 |  |  |  |  | 4 |
| 第二章 | 4 |  |  |  |  | 4 |
| 第三章 | 4 |  |  |  |  | 4 |
| 第四章 | 4 |  |  |  |  | 4 |
| 第五章 | 6 |  |  |  |  | 6 |
| 第六章 | 6 |  |  |  |  | 6 |
| 第七章 | 4 |  |  |  |  | 4 |
| 合计 | 32 |  |  |  |  | 32 |

1. 推荐教材和教学参考资源

1、邵培仁、刘强著.《媒介经营管理学》、浙江大学出版社、1998年

2、詹成大著.《媒介经营管理》、浙江大学出版社、2004年

3、周鸿铎著.《媒介经营与管理总论》、经济管理出版社、2005年

4、吴信训、金冠军、李海林著.《现代传媒经济学》、复旦大学出版社、2005年

5、赵曙光著.《媒介经济学》，清华大学出版社、2007年

6、黄升明、周艳、马丽婕著.《广电媒介产业经营新论》、复旦大学出版社、2005年

7、郑蔚著.《中国电视媒体的管理和经营》、中国广播电视出版社、2006年

大纲修订人：黄奕宇 修订日期：2020年12月

大纲审定人：郑臣喜 审定日期：2020年12月