

<<中国电影企业运营模式研究>>

图书基本信息

书名：<<中国电影企业运营模式研究>>

13位ISBN编号：9787106030513

10位ISBN编号：7106030511

出版时间：2009-5

出版时间：中国电影

作者：俞剑红

页数：248

字数：280000

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>

<<中国电影企业运营模式研究>>

内容概要

本书针对中国电影产业以及产业主体的现状，引入产业组织理论、战略管理理论，结合企业职能管理、管理模块，在企业运营模式的范围内，通过对早期中国电影企业的历史研究、国内外当代电影产业和企业的比较研究，从产业环境、产业主体、个体微观企业对电影企业的经营管理、战略选择、发展态势以及未来趋势做了全方位的分析研究，旨在对适合中国电影企业的运营模式做一番有实践意义的思考和探索。

<<中国电影企业运营模式研究>>

作者简介

俞剑红，男，出生于1966年10月。

中共党员。

毕业于北京科技大学，获工商管理硕士学位（MBA），北京电影学院管理系主任、教授，北京市中青年骨干教师，已完成多项国家级、部级、市教委课题。

在担任北京电影学院外事办主任期间，曾任国际影视高校联合会（CILECT）亚太地区主席。

<<中国电影企业运营模式研究>>

书籍目录

前言第一章 电影企业运营模式概述 第一节 电影产业的内涵与特征 一、电影产品的经济特征
 (一) 电影产品具有准私人产品的性质, 具有强烈的外部性 (二) 电影产品、电影生产消费具有时间性和季节性 (三) 电影产品的多层性 二、现代电影企业特征 三、对电影企业研究的现状 四、对我国电影产业主体发展问题的提出 第二节 电影企业运营模式导论 一、理论基础
 (一) 产业组织理论 (二) 战略管理理论 (三) 项目管理理论 (四) 企业生命周期理论
 二、研究框架 (一) 企业运营管理 (二) 企业发展战略维度 (三) 电影企业运营模式的研究对象和范围第二章 中国电影企业发展历史沿革及产业现状 第一节 中国电影企业运营发展沿革
 一、20世纪二三十年代的中国电影企业 (一) 早期中国电影市场与企业 (二) 市场结构的历史发展 (三) 经营管理模式 二、从“天一”到“邵氏”——海外市场拓展带来的启示
 (一) 创业历史 (二) 经验和启示 三、战乱时期的中国电影业——1937—1949年 四、改革开放以来的中国电影业——1978年以后 第二节 当代中国电影产业发展概况 一、中国电影业改革开放以来取得的成就 二、产业现状第三章 中国当代电影产业组织发展研究 第一节 市场结构分析
 一、当前中国电影产业组织概况 二、中国电影产业集中度实证分析 三、政策性壁垒 四、结构性壁垒 五、中国电影产业市场结构判断 第二节 产业组织整体市场行为分析 一、电影企业的定价方式 二、非价格行为 三、企业组织调整行为 第三节 中国电影产业市场绩效分析 一、供给方面 二、价格方面 三、营销方面第四章 中国电影企业战略态势的选择 第一节 三大国有电影集团运营模式研究 一、三大国有电影集团改革历程及发展现状 (一) 中国电影集团公司(电影制片厂) (二) 上海电影集团 (三) 长春电影集团 二、对大型国有电影集团改革进程中的问题探究 第二节 国际化运营的尝试——华谊兄弟传媒集团专题研究 一、创业历史 二、战略运营模式 三、未来规划 四、发展启示 五、附录 第三节 中小电影企业运营策略 一、利基战略——中小电影企业的生存发展之路 二、企业核心能力与顾客关系的动态匹配 (一) 企业现状 (二) 成长历程 (三) 成功经验 第四节 院线公司的发展模式探究——“万达”的快速崛起
 一、企业现状 二、发展历程 三、成功模式 四、启示第五章 其他国家电影业及企业运营研究 第一节 美国 一、产业现状 (一) 市场份额 (二) 制作和发行 (三) 放映市场 二、好莱坞主要的电影公司(集团)运营研究 (一) 时代华纳 (二) 沃尔特·迪斯尼电影娱乐公司 (三) 新闻集团 (四) NBC环球 (五) 索尼公司 (六) 维亚康姆 三、好莱坞电影集团的全球化推广启示 (一) 企业行为 (二) 政府行为 (三) 其他因素 四、对中国电影企业的启示 第二节 法国 一、产业概况 二、成功模式 (一) 制作环节 (二) 发行环节 (三) 放映环节 第三节 韩国和印度 一、亚洲电影市场的新格局 (一) 韩国电影市场概况 (二) 印度电影市场概况 二、亚洲电影如何应对好莱坞的挑战 (一) 韩国模式 (二) 印度模式 三、对中国电影企业的启示第六章 中国电影企业产业化发展问题及对策研究 第一节 中国电影企业发展环境分析 一、总体环境分析(PEST) 二、中国电影企业整体SWOT分析 (一) 优势 (二) 劣势 (三) 机会 (四) 威胁 第二节 中国电影企业发展对策研究 一、国有企业 (一) 大型国企: 在转企改制中形成集团化、多元化、纵深化的产业格局 (二) 中小国企: 转变单一生产方式多方融合资金拓展产业链条走出特色之路 (三) 国有企业未来发展问题及对策 二、民营企业 (一) 民营企业的发展优势和不足 (二) 发展对策分析 三、中国电影产业未来趋势展望第七章 对未来中国电影企业运营模式的建议 第一节 构建以“价值创新”为核心的运营模式 一、价值创新的涵义 二、电影产业的价值分析 第二节 电影产品的价值创新 一、国产电影产品现状 (一) 商业与艺术的两极分化 (二) 对国产电影的剖析 二、国外好莱坞电影产品发展趋势 三、中国电影产品发展策略 四、电影项目运营策略 第三节 市场营销的价值创新 一、电影营销的基本理论 (一) 价值链理论 (二) 置入式广告理论 (三) 市场细分理论 (四) 整合营销理论 二、国产电影营销实践 (一) 从消费者出发的营销模式 (二) 置入式广告的应用 (三) 档期营销实践 (四) 文艺片营销 (五) 后产品营销新模式 三、美国电影营销对中国电影企业的启示 (一) 美国电影营销现状 (二) 对中国电影营销的启示 四、中国电影企业未来营销模式探究 (一) 提高后产品价值的比重 (二)

<<中国电影企业运营模式研究>>

逆向营销策略 五、国产电影企业营销策略实施要点结束语主要参考文献

<<中国电影企业运营模式研究>>

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>