

عنوان مقاله:

تأملی در رابطه اقتصاد رسانه ها و مدیریت استراتژیکی رسانه

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی مدیریت رسانه (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسنده:

هادی بابازاده - مشاور عالی حقوقی و سیاسی شهردار سلماس و مدیر عامل منطقه ویژه اقتصادی سلماس

خلاصه مقاله:

این مقاله به بررسی اقتصاد رسانه ها و نحوه عمل مدیران رسانه در بازار میپردازد و اینکه فعالیتهای رسانهای از اقتصادخردو کلان جامعه تأثیر پذیر هستند. همچنین در این مقاله سعی خواهد شد اولویتهای رسانه های و بازارهای سرمایه رسانه بررسی شود و همچنین مدیریت استراتژیک در رسانه رویکردی نو در جهان به شمار میرود که بپتردید جامعه رسانهای ما نیز به آن نیازمند است. منظور اصلی مدیریت رسانه ساختن پلی بین تئوریهها و اصول مدیریت و خصوصیات صنعت رسانه است. در مورد مسایل مربوط به مداخله دولت در بازار و رقابت رسانهای و استقلال رسانه هم تأملی شده است

کلمات کلیدی:

اقتصاد رسانه ها، استقلال رسانهای، خواستهها، استراتژیک مدیریت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/439735>

