

مدیریت کسب و کار در رسانه

نویسنده

برند دبلیو ویرتز

مترجم

علی احمدی

(عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی)

www.kelab.ir



-
- سرشناسه : ویرتس، برنند و.، ۱۹۶۴-م.
Wirtz, Bernd W., 1964
عنوان و نام پدیدآور : مدیریت کسب و کار در رسانه / نویسنده: برنند دبلیوویرتز؛
مترجم: علی احمدی.
مشخصات نشر : تهران: نشر علم، ۱۴۰۲.
مشخصات ظاهری : ۵۵۱ص: مصور (رنگی)، جدول، نمودار (رنگی).
شابک : ۹۷۸-۶۲۲-۲۴۶-۴۱۵-۷
فهرست نویسی : فیبا
یادداشت : عنوان اصلی: Media Management: Strategy, Business Models and Case Studies
یادداشت : کتابنامه: ص. ۵۳۹- ۵۵۷.
موضوع : رسانه‌های گروهی - مدیریت
Mass media -- Management
رسانه‌های اجتماعی - مدیریت
Social media - Management
کسب و کار - مدیریت
- ManagementBusiness
موفقیت در کسب و کار
Success in business
شناسه افزوده : احمدی، علی، مترجم
P۹۶ : رده‌بندی کنگره
۳۰۲/۲۳۰۶۸ : رده‌بندی دیویی
شماره کتابشناسی ملی : ۹۲۶۶۳۵۱
-

برند دبلیو ویرتز
مدیریت کسب و کار در رسانه

علی احمدی

چاپ اول: ۱۴۰۲
شمارگان: ۳۳۰ نسخه
لیتوگرافی: باختر
چاپ: آزاده
قطع: رقعی
صفحه آرای: محمد علی پور

شابک: ۷ - ۴۲۵ - ۴۴۶ - ۶۲۲ - ۹۷۸



نشر

حق چاپ محفوظ است.

تهران، خیابان انقلاب، خیابان ۱۲ فروردین
خیابان شهدای ژاندارمری، بن بست گرانفر، پلاک ۴
تلفن: ۶۶۴۱۲۳۵۸ - ۰۲۱



Www.elmpub.com



info@elmpub.com



nashreelm

فهرست مطالب

۷	مقدمه مترجم
۹	مقدمه نویسنده
۱۱	۱. بنیان‌های مدیریت رسانه
۴۳	۲. خصوصیات مدیریت رسانه
۹۱	۳. نظام خلق ارزش در شرکت‌های رسانه‌ای
۱۲۱	۴. کارکردهای مدیریت رسانه
۱۷۱	۵. الگوهای کسب و کار و خلق ارزش در بازار روزنامه و مجله
۱۸۹	۶. الگوهای کسب و کار و خلق ارزش در بازار کتاب
۲۰۵	۷. الگوهای کسب و کار و خلق ارزش در بازار فیلم
۲۲۱	۸. الگوهای کسب و کار و خلق ارزش در بازار تلویزیون
۲۴۳	۹. الگوهای کسب و کار و خلق ارزش در بازار رادیو
۲۵۷	۱۰. الگوهای کسب و کار و خلق ارزش در بازارهای موسیقی
	۱۱. الگوهای کسب و کار و خلق ارزش در بازار بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای
۲۷۵	
۲۹۹	۱۲. الگوهای کسب و کار و خلق ارزش در بازار اینترنت

مقدمه مترجم

در عصری که با پیشرفت‌های سریع فناوری و چشم‌انداز رسانه‌ای در حال تحول تعریف شده است، درک راهبردها و مدل‌های کسب‌وکار که موجب موفقیت در مدیریت رسانه می‌شوند اهمیت بالایی دارد. این کتاب راهنمای جامعی است که با بررسی‌ها، تحلیل‌ها و مطالعات موردی در حوزه‌های مختلف تلاش می‌کند الگوها و پیچیدگی‌های مدیریت رسانه و کاربردهای عملی راهبردهای آن را برای مخاطبان خود روشن کند. خواه شما یک مدیر یا حرفه‌ای رسانه، مدرس دانشگاه، دانشجو یا صرفاً یک کارآفرین علاقه‌مند در حوزه کسب‌وکارهای رسانه‌ای باشید که مایل به کاوش در عملکرد این جهان جذاب و فریبنده است، این کتاب برای شما مناسب است.

ترجمه این کتاب ارزشمند بسیار طول کشید. تصمیم برای ترجمه‌اش را زمانی گرفتم که در رادیو تلویزیون رفت و آمد می‌کردم. بخش‌های نخستین کتاب را ابتدا سرکار خانم فاطمه فرزانه - که قدرانشان هستم - با زحمت ترجمه کرد اما با توجه به تفاوت در برداشت بسیاری از مفاهیم و دوگانگی در معادل‌یابی‌ها بار دیگر ترجمه شد. برخی از آمار ارائه شده در

کتاب اصلی نیاز به روزآمدی داشت که تلاش کردم با استفاده از منابع معتبر درج شده آن‌ها را به روز کنم. گاهی نیز لازم بود مطالبی به صورت توضیح در پاورقی درج شود.

از کسانی که در روند ترجمه کتاب همراه بودند به‌ویژه از جناب آقای دکتر مرتضی مردیها، همکار و دوست ارجمندم در دانشگاه علامه طباطبائی برای توصیه‌هایشان سپاس‌گزارم. از خوانندگان عزیز نیز که کتاب را می‌خوانند و برای چاپ‌های بعدی کتاب نکته‌های اصلاحی را گوشزد خواهند کرد متشکرم.

علی احمدی

فروردین ۱۴۰۲

بوردو- فراتسه

www.ketab.ir