

عنوان مقاله:

مقاله مروری در مورد آثار فناوری اطلاعات و ارتباطات بر مدیریت استراتژیک رسانه

محل انتشار:

نخستین کنفرانس بین المللی پارادیم های نوین مدیریت هوشمندی تجاری و سازمانی (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

محمد مهدی محبی - استادیار گروه مدیریت دانشگاه پیام نور

اشکان یوسفی - کارشناس ارشد مدیریت اجرایی گرایش استراتژیک دانشگاه پیام نور مرکز ساوه

خلاصه مقاله:

در فضای رسانه ای جدید و در فضایی که به دوران انفجار اطلاعات معروف است، توجه به فرایند انتقال پیام و مدیریت پیام بسیار مهم و تاثیرگذار است؛ اینکه پیام با چه محتوایی و چه تاثیری و با چه ابزاری از طرف چه کسی به دست مخاطب می رسد، همه و همه نکات بسیار مهمی را در مسیر انتقال پیام مشخص می کند. تلقی درست درباره سازمان های رسانه ای به عنوان یک سیستم باز که دائما با محیط پیرامون خود در ارتباط بوده و از تغییر و تحولات تاثیر می پذیرد لزوم آشنایی و بهره گیری از مدیریت استراتژیک رسانه را دو چندان می نماید این مقاله سعی دارد با ارائه تصویری جامع از مدیریت استراتژیک رسانه درک عمیق تری از مفاهیم مرتبط با این مقوله ایجاد نماید. بعلاوه، در این مقاله تلاش می شود که بر عناصر تاثیرگذار در مدیریت استراتژیک رسانه با تکیه بر عوامل اطاعتی و ارتباطاتی، توجه شود. در انتهای مقاله نیز نتیجه گیری مختصر مباحث مرور شده در بخشی مجزا ذکر می شود.

کلمات کلیدی:

فناوری اطلاعات و ارتباطات؛ مدیریت استراتژیک؛ رسانه؛ انتقال پیام؛ سازمان های رسانه ای

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1269784>

