

电视频道经营与品牌塑造研修班（第一期）招生简章 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/161/2021_2022__E7_94_B5_E8_A7_86_E9_A2_91_E9_c78_161934.htm

掌握频道接触点整合方法 分析频道观众流优化策略 分享电视频道制管理经验 洞察品牌频道的成长模式 “频道是观众打开电视的第一接触点，也是按下遥控器按键的直接反映，因此我们必须以频道为基础单位进行经营，着力提高观众规模和频道忠诚度”，世界传媒大亨、新闻集团总裁默多克在谈到电视媒体发展思路时特别强调了频道制运营的重要性。随着国内越来越多的电视台开始实行频道制管理的模式，中国电视的竞争重点格局开始从品牌栏目建设向品牌频道打造转变。为探讨品牌频道经营规律，分享成功之道，交流频道发展经验，清华大学新闻与传播学院将于2006年3月25日2006年3月28日举行电视频道经营与品牌塑造研修班，邀请业内精英和一流专家研讨频道经营战略与盈利模式、频道定位与品牌塑造、收视率分析与频道节目策划及编排、植入式广告开发、制片人管理、大型活动操作与频道影响力塑造等内容，同时提供案例资料供研修班学员进行专项讨论。参加对象：台长、副台长、总编辑、中心主任、部门主任、总编室主任、研究室主任以及其他参与频道经营的管理人员。上课地点：清华大学新闻与传播学院 报名方式：2006年3月23日前，请将回执打印传真至010-62570563、62570611。上课时间：2006年3月25日3月28日 报到时间：2006年3月24日全天 学习费用：5000元（不包含生活、交通等费用）；电视频道经营与品牌塑造案例资料费600元。可协助安排校内住宿。联系方式：联系人：王老

师、张老师 咨询电话：（010）62570535、62570550 总咨询电话：（010）62773380 电子邮件：jctrain2@mail.tsinghua.edu.cn

附件1：课程设置 核心必修课程1、频道经营战略与盈利模式
主要内容：频道经营的二八法则与付费电视业务的培育频道发展生命周期优化频道衍生产品开发……2、收视率分析与节目编排及策划主要内容：收视率的生产流程与指标体系频道节目策划过程的收视率应用策略观众流与频道节目编排……3、电视栏目（制片人）综合评估体系主要内容：不同时间段的栏目如何统一评估不同类型的栏目如何统一评估如何兼顾导向、质量、成本、收视率等指标评估栏目……4、制播分离与节目外包模式主要内容：频道与节目公司合作的条件制播分离的长效机制制播分离的成本收益……精英讲座1、电视频道定位与品牌塑造主要内容：频道定位确定流程观众频道忠诚度的培养频道品牌塑造的关键点……2、电视节目的植入式广告经营主要内容：有效避免插播广告的收视影响实现广告和节目的收视“双赢”植入式广告的接触点设计……3、大型电视活动操作与频道影响力打造 主要内容：大型电视活动的操作流程大型电视活动的成本与收益大型电视活动与频道影响力的对接……4、超越行政区划：电视节目辛迪加发展策略主要内容：经济区域化发展与“四级办台”的矛盾区域电视网的机会与风险电视辛迪加的操作模式……讨论案例1、欢迎晚宴2、英国天空广播公司：全球最成功的付费电视运营机构3、CCTV综合、新闻、经济频道长假节目编排策略注：案例讨论安排在每晚19：30 -21：30，学员可以结合案例以及本台情况互相交流（研修结束安排沙龙座谈）。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问

