

Περιεχόμενα

Πρόλογος	13
Πρόλογος συγγραφέα	15
1 Οι οργανισμοί επικοινωνίας και πολιτισμού και η οικονομική τους διάσταση	17
1.1 Οι επικοινωνιακοί και πολιτιστικοί οργανισμοί (ΕΚΠΟ) ως σύστημα εισροών και εκροών	17
Βιβλιογραφία	20
1.2 Τα είδη των οργανισμών επικοινωνίας και πολιτισμού	21
1.2.1 Διαφορές των αγαθών των ΕΚΠΟ από τα εμπορεύματα	21
Βιβλιογραφία	28
1.2.2 Διαφορές ως προς το ιδιοκτησιακό καθεστώς	29
Βιβλιογραφία	37
1.2.3 Διαφορές ως προς το μέγεθος και τη γεωγραφική περιοχή δραστηριοποίησης	39
Βιβλιογραφία	47
1.2.4 Διαφορές ως προς τον τρόπο παροχής των υπηρεσιών	50
Βιβλιογραφία	60
Μελέτη Περίπτωσης: Οι προοπτικές της τηλεοπτικής αγοράς στη Μ. Βρετανία	64
1.3 Οι σκοποί των οργανισμών επικοινωνίας και πολιτισμού	65
Μελέτη Περίπτωσης: Guardian και εταιρική κοινωνική ευθύνη	75
Μελέτη Περίπτωσης: BBC και εταιρική κοινωνική ευθύνη	76
Βιβλιογραφία	78
1.4 Γενικές θεωρίες μάνατζμεντ	81

1.4.1	Κλασικές θεωρίες έως τις αρχές του 20 ^{ου} αιώνα	81
1.4.2	Η θεωρία της ανθρώπινης συμπεριφοράς από τις αρχές του 20 ^{ου} αι. έως το 1960	83
1.4.3	Σύγχρονες θεωρίες μανάτζμεντ από τη δεκαετία του 1960 και μετά	87
	Βιβλιογραφία	89
1.5	Θεωρίες μανάτζμεντ των οργανισμών επικοινωνίας και πολιτισμού	89
1.5.1	Οικονομικές θεωρίες	90
1.5.2	Θεωρίες επικοινωνίας	92
1.5.3	Θεωρίες διαχείρισης πόρων	93
	Βιβλιογραφία	100
1.6	Μέθοδοι και τεχνικές έρευνας της μελέτης των ΕΚΠΟ	105
	Βιβλιογραφία	106
1.7	Ο ρόλος του μανάτζερ στους οργανισμούς επικοινωνίας και πολιτισμού	106
1.7.1	Ορισμός μανάτζμεντ	106
1.7.2	Επίπεδα μανάτζμεντ	107
1.7.3	Λειτουργίες μανάτζμεντ	109
1.7.4	Ρόλοι μανάτζμεντ	115
1.7.5	Ικανότητες μανάτζμεντ	116
1.7.6	Παράγοντες που επιδρούν στο μανάτζμεντ	119
	Βιβλιογραφία	121
2	Προγραμματισμός και αποφάσεις στους οργανισμούς επικοινωνίας και πολιτισμού	123
2.1	Ο προγραμματισμός	123
2.1.1	Η σημασία της ύπαρξης προγραμματισμού στους ΕΚΠΟ	125
2.2	Τα είδη προγραμμάτων ως προς τον χρονικό ορίζοντα	127
2.3	Μοντέλο στρατηγικού προγραμματισμού	136
	Μελέτη Περίπτωσης: BBC – Αποστολή και αξίες	144
	Μελέτη Περίπτωσης: Η νέα αποστολή του ITV	145
2.4	Αρχές αποτελεσματικού στρατηγικού προγραμματισμού	146
2.5	Έλεγχος και Αξιολόγηση	148
2.6	Λαμβάνοντας αποφάσεις προγραμματισμού	152
2.7	Παράγοντες που επηρεάζουν τη λήψη αποφάσεων στους ΕΚΠΟ	154
	Βιβλιογραφία	156

3	Οργάνωση και διοίκηση του εσωτερικού περιβάλλοντος των οργανισμών επικοινωνίας και πολιτισμού	161
3.1	Η οργάνωση της δομής	161
3.1.1	Χαρακτηριστικά της δομής των ΕΚΠΟ	162
3.1.2	Παράγοντες που επηρεάζουν τον σχεδιασμό της δομής των ΕΚΠΟ	168
3.2	Σχεδιασμός τμημάτων	170
3.3	Σχεδιασμός θέσεων εργασίας	173
3.4	Στελέχωση και εργασιακές σχέσεις	175
3.5	Συντονισμός τμημάτων και εργασιών στους ΕΚΠΟ	181
	3.5.1 Τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του οργανωτικού σχεδιασμού των ΕΚΠΟ	185
	Βιβλιογραφία	187
3.6	Διοίκηση ανθρωπίνων πόρων	190
	3.6.1 Ηγεσία και ηγετική συμπεριφορά στους ΕΚΠΟ	191
	3.6.2 Παρακίνηση και δημιουργία κινήτρων για τα στελέχη των ΕΚΠΟ	198
	3.6.3 Ομαδική εργασία στα πλαίσια των ΕΚΠΟ	205
	3.6.4 Η εταιρική επικοινωνία στο περιβάλλον των ΕΚΠΟ	209
	3.6.5 Η δημιουργία εταιρικής κουλτούρας στους ΕΚΠΟ	214
	3.6.6 Διάχυση γνώσης και ανάπτυξη μάθησης στους ΕΚΠΟ	216
	3.6.7 Συναίσθηματική νοημοσύνη των στελεχών των ΕΚΠΟ	219
	3.6.8 Αντιμετώπιση συγκρούσεων και υιοθέτηση αλλαγών στους ΕΚΠΟ	220
	Βιβλιογραφία	227
3.7	Διοίκηση επιχειρησιακών λειτουργιών	236
	3.7.1 Προϋπολογισμός και Απολογισμός στους ΕΚΠΟ	237
	3.7.2 Πηγές χρηματοδότησης και αποφάσεις επενδύσεων στους ΕΚΠΟ	245
	3.7.3 Επιχειρηματικοί και οικονομικοί δείκτες των ΕΚΠΟ	252
	3.7.4 Η διοίκηση παραγωγής υπηρεσιών και αγαθών των ΕΚΠΟ ...	259
	Μελέτη Περίπτωσης: Η παραγωγή των εφημερίδων σήμερα	263
	Μελέτη Περίπτωσης: Η στρατηγική τηλεοπτικού προγράμματος του BBC	268
	3.7.5 Διοίκηση πληροφοριακών συστημάτων και νέων τεχνολογιών στους ΕΚΠΟ	272
	3.7.6 Το μάρκετινγκ και η προβολή των ΕΚΠΟ	280
	Μελέτη Περίπτωσης: Το προφίλ των χρηστών Internet στην Ελλάδα	304

	Μελέτη Περίπτωσης:	
	Το μάρκετινγκ στη βιομηχανία του ποδοσφαίρου	306
	3.7.7 Δημιουργία ονόματος και θετικής φήμης των ΕΚΠΟ	307
	Βιβλιογραφία	313
4	Το εξωτερικό περιβάλλον των οργανισμών επικοινωνίας και πολιτισμού	323
4.1	Το μακροπεριβάλλον	323
4.1.1	Το πολιτικό περιβάλλον	323
4.1.2	Το μακροοικονομικό περιβάλλον	326
4.1.3	Το κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον	327
4.1.4	Το τεχνολογικό περιβάλλον	328
4.1.5	Το φυσικό περιβάλλον	331
	Μελέτη Περίπτωσης:	
	Η επίδραση των νέων τεχνολογιών στην κινηματογραφική βιομηχανία	332
4.2	Το μικροπεριβάλλον	333
4.2.1	Η ζήτηση και η προσφορά των αγαθών των ΕΚΠΟ	333
	Μελέτη Περίπτωσης:	
	Η κατανάλωση αγαθών επικοινωνίας και πολιτισμού στην Ελλάδα	337
	Μελέτη Περίπτωσης:	
	Η μουσική παραγωγή	338
4.2.2	Οι συνθήκες ανταγωνισμού στους κλάδους των ΕΚΠΟ	341
4.2.2.1	Οι ανταγωνιστές	341
	Μελέτη Περίπτωσης:	
	Οι συνθήκες ανταγωνισμού στην έντυπη αγορά	344
4.2.2.2	Δυνάμει ανταγωνιστές	346
4.2.2.3	Υποκατάστατα αγαθά	348
	Μελέτη Περίπτωσης:	
	Υποκατάστατα αγαθά στην αγορά του βιβλίου	351
4.2.2.4	Κοινό – διαφημιστές – χορηγοί	354
4.2.2.5	Προμηθευτές και διανομείς	356
5	Στρατηγικές οικονομικής διοίκησης των οργανισμών επικοινωνίας και πολιτισμού	359
5.1	Είδη στρατηγικών	359
5.1.1	Στρατηγικές απόκτησης ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος των ΕΚΠΟ	359

Μελέτη Περίπτωσης:	
Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του καναλιού TF1	363
5.1.2 Εταιρικές στρατηγικές ανάπτυξης των ΕΚΠΟ	365
Μελέτη Περίπτωσης:	
Κρατικό Θέατρο Βορείου Ελλάδος	375
5.1.3 Στρατηγικές συμμαχίες των ΕΚΠΟ	377
5.1.4 Συγχωνεύσεις και εξαγορές των ΕΚΠΟ	379
Μελέτη Περίπτωσης:	
ΙΑΝΟΣ Αλυσίδα Πολιτισμού	380
Μελέτη Περίπτωσης:	
Αρχαιολογικό Μουσείο Θεσσαλονίκης	384
5.1.5 Στρατηγικές διεθνοποίησης των ΕΚΠΟ	388
Μελέτη Περίπτωσης:	
Οι έξι μεγαλύτερες εταιρείες επικοινωνίας στον κόσμο	393
Βιβλιογραφία	396
Ευρετήρια	
Συγγραφέων	405
Όρων	417