

<<出版社经营管理>>

图书基本信息

书名：<<出版社经营管理>>

13位ISBN编号：9787506818476

10位ISBN编号：7506818477

出版时间：2009-7

出版时间：中国书籍出版社

作者：刘益 等著

页数：366

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<出版社经营管理>>

内容概要

北京印刷学院编辑出版学专业创办于1995年，是国内以系为建制成立的第一家编辑出版学专业。经过十几年的发展，目前已经成为国内招收学生人数最多、办学形式最全、师资力量雄厚的北京市特色（品牌）专业。

2005年下半年，北京市教委遴选市级品牌专业进行重点建设，北京印刷学院编辑出版学专业顺利入选。

按照品牌专业建设规划，我们决定将本专业教师多年来的教学成果进行系统总结，编写一套系列教材。

此系列教材共包括以下10本：《出版学》、《编辑学》、《中国编辑出版史》、《计算机排版系统》、《出版物市场营销》、《出版物发行实务》、《出版社经营管理》、《出版法规》、《期刊出版》、《出版应用写作》等。

目前国内的编辑出版学专业教材不多，成套教材尤其缺乏。我们立足于专业教学，组合推出专业教师的系列教材，这既是对以往的教学成果的总结，也是对进一步做好教学和科研的支持。

同时，希冀此套教材将教学所得和业界发展有机结合起来，力争做到理论与专业实践相结合，学生学习使用和研究者参考借鉴相结合。

<<出版社经营管理>>

书籍目录

第一篇 基础知识篇 第一章 绪论 第一节 我国古代出版活动的起源与发展 第二节 新中国出版业的建立与发展 第三节 改革开放以来出版业的改革历程与现状 第四节 《出版社经营管理》的研究内容与方法 第二章 出版社经营管理概述 第一节 出版的概念及其功能 第二节 出版物及其构成 第三节 出版社的含义、类型及业务范围 第四节 出版社经营管理的内涵及基本内容 第五节 出版社的目标与社会责任 第二篇 职能管理篇 第三章 出版社的生产流程管理 第一节 出版社生产流程和流程变革 第二节 出版社的选题策划和选题管理 第三节 出版社组稿与编审管理 第四节 出版社印务流程 第四章 出版社质量管理 第一节 图书质量管理概述 第二节 图书质量保证体系 第三节 图书质量标准与质量监管 第四节 出版社与ISO9000质量体系 第五章 出版社营销管理 第一节 出版物市场分析 第二节 市场细分、目标市场选择和市场定位 第三节 出版物的产品与价格策略 第四节 出版物发行渠道管理 第五节 出版物促销策略 第六章 出版社财务管理 第一节 出版社财务管理概述 第二节 出版社的筹资与投资管理 第三节 出版物的成本核算 第四节 出版社经营状况的财务评价 第七章 出版社人力资源管理 第一节 出版社人力资源管理概述 第二节 工作分析与设计 第三节 人力资源规划 第四节 出版社员工招聘与培训 第五节 出版社的绩效考核 第六节 出版社薪酬管理 第八章 出版社版权管理 第一节 出版社版权管理概述 第二节 版权的主体、客体与内容 第三节 版权贸易的概念与主要方式 第四节 涉外版权贸易的流程管理 第五节 出版社知识产权经营保护体系 第九章 出版社信息管理 第一节 出版社信息管理的概念与作用 第二节 出版社信息资源的采集 第三节 出版信息化与数字出版 第四节 出版社管理信息系统 第五节 出版社电子商务 第三篇 战略规划篇 第十章 出版社战略管理 第一节 出版社战略管理概述 第二节 出版社战略环境分析 第三节 出版社的战略选择 第十一章 出版社组织设计 第十二章 出版社品牌管理 第四篇 综合应用篇 主要参考文献 后记

<<出版社经营管理>>

章节摘录

第一篇是基础知识篇，建议学时为6学时。

包括两章，即第一章《绪论》，介绍了目前我国出版业的基本情况、我国出版社经营管理体制的历史沿革。

在这一章中还介绍了出版社经营管理这一学科的特点及学习方法，以帮助学生更好地学习本门课程。

第二章《出版社经营管理概述》，则重点介绍了本书涉及到的几个重要概念，如出版的概念、出版社的概念与类型、出版物的概念及其构成、经营管理的内涵及基本内容，本章还介绍了出版社的经营管理目标与社会责任。

第二篇是职能管理篇，建议学时为24学时，包括七章。

其中第三章为《出版社的生产流程管理》，主要介绍了出版社的一般生产流程，对出版社的选题策划和选题管理、组稿与编审、印务管理和发行信息反馈等方面进行了比较详细的阐述，有助于了解出版社经营管理活动的基本特点，帮助学生把握出版社工作的基本流程。

第四章基于全面质量管理的基本理念，重点介绍了在图书产品形成的每一个环节中，如何强化质量监督和质量控制工作，提高出版物的质量。

第五章是《出版社的营销管理》，以营销管理的基本理论为框架，从营销战略到营销战术，结合出版行业的特点，较系统地阐述了出版社如何以市场为导向，开展营销管理工作。

第六章《出版社的财务管理》，则主要介绍了出版社如何组织财务活动，以及如何处理财务关系，分别从出版社的筹资与投资管理、出版社的财务预算、成本核算、出版社经营状况的财务评价等几个方面进行了重点介绍。

第七章重点介绍了出版社如何有效开展人力资源管理工作。

作为典型的知识型企业，出版社所拥有的人力资源水平决定了出版社的竞争能力和市场地位，本章把一般企业人力资源管理的成熟理论引入出版社，对出版社的人力资源的主要工作做了详细介绍。

第八章《出版社的版权管理》充分介绍了出版社如何对其核心资源即版权资源进行管理和保护，同时重点介绍了如何做好版权贸易和知识产权保护工作。

第九章重点介绍了出版社如何充分利用现代信息技术特别是网络技术，通过出版社内部管理信息系统对其信息资源进行收集、加工、分析和处理的活动过程。

并从出版业务活动信息化、出版内容信息化以及出版社其他通常管理活动等三个方面进行了介绍。

前两篇总共安排30课时，内容涵盖了出版社经营管理的基本内容，体现了对学习者的基本要求。

<<出版社经营管理>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>