第一图书网, tushu007.com

# <<中国出版业管理科学化案例研究>>

## 图书基本信息

书名：<<中国出版业管理科学化案例研究>>

13位ISBN编号：9787509604663

10位ISBN编号：7509604664

出版时间：2009-1

出版时间：经济管理出版社

作者：王关义 等编著

页数：294

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

## 内容概要

《中国出版业管理科学化案例研究》通过多个出版社的案例，对其的成长环境、文化现状及运营模式等进行了分析并提出了相应的经验和建议。
《中国出版业管理科学化案例研究》内容包括：出版社核心竞争力培育：中国人民大学出版社的经验；出版社的文化塑造：科学出版社的有益尝试；多元化经营：河南出版集团与长江出版集团案例；财务管理：辽宁出版集团案例等。

## 作者简介

王关义，1963年生，教授，管理学博士，北京市拔尖创新人才，北京市优秀教学团队带头人，现为北京印刷学院院长助理兼出版传播与管理学院院长。
先后在《新华文摘》、《人民日报》、《光明日报》、《经济要参》、《改革内参》、《数量经济技术经济研究》、《中国改革》、《企业管理》、《科技与出版》等刊物上发表学术论文180余篇。
出版《国际财务管理》、《现代企业管理》、《财务管理》、《现代印刷企业管理》、《现代组织管理》、《生产管理》、《运营管理的革命》、《北京建设国际出版产业中心优势和对策研究》等专著和教材26部，其中有8部获奖，所编著的《生产管理》（第二版）、《现代企业管理》（第二版）获北京市精品教材奖。
主持和承担国家社科规划项目、国家教委留学回国人员科研启动项目、科技部软科学研究项目、北京市哲学社会科学规划项目、北京市教委重点项目、新闻出版总署重点项目等国家及省部级科研项目16项。
先后获得省部级奖励6项，曾被评为广东省“南粤教书育人”优秀教师，受到广东省人民政府的表彰奖励，曾被国家公派赴日本留学访问。

社会兼取：国家“653工程”专家委员会委员、中国企业管理研究会常务理事、中国数量经济学会理事等。

## 书籍目录

第一章 出版社核心竞争力培育——中国人民大学出版社的经验　第一节 中国人民大学出版社的成长环境分析　第二节 中国人民大学出版社核心竞争力的培育途径第二章 出版社的文化塑造——科学出版社的有益尝试　第一节 科学出版社企业文化现状及分析　第二节 科学出版社培育企业文化的经验与建议第三章 多元化经营——河南出版集团与长江出版集团案例　第一节 走多元道路谱出版新章 ——河南出版集团案例　第二节 品牌建设与多元化经营——长江出版集团案例第四章 运营模式——亚马逊书店案例　第一节 卓越亚马逊简介及其运营模式　第二节 网上书店竞争优势具体分析第五章 财务管理——辽宁出版集团案例　第一节 辽宁出版集团上市筹资　第二节 财务分析与财务核算第六章 全面质量管理在图书出版社中的应用　第一节 我国出版业的发展及图书质量问题　第二节 人民卫生出版社实施全面质量管理的实践　第三节 其他三家出版社质量管理经验第七章 出版社战略管理　第一节 高等教育出版社战略管理　第二节 商务印书馆战略管理案例第八章 出版社营销管理——“ 富爸爸 ”系列的核心理念与整体营销策划　第一节 图书整体策划　第二节 图书整合营销传播——《世界是平的》的市场定位及其整合营销传播　第三节 图书网络营销——当当网络书店的经营模式与营销组合策略　第四节 事件营销在图书营销中的应用——《时间简史》如何由滞销变畅销　第五节 市场定位与特色经营　第六节 营销策略：希望电子出版社管理经验　第七节 渠道策略一石油工业出版社渠道策略第九章 出版社人力资源管理　第一节 人力资源招聘与配置　第二节 薪酬制度　第三节 人员与职位匹配竞争与激励并重——从山东出版集团五方面探索机制创新论出版社人力资源管理第十章 出版社信息管理　第一节 青岛出版社的ERP　第二节 高等教育出版社的数字化内容服务　第三节 电子工业出版社的电子商务系统　第四节 经济管理出版社利用工作流技术辅助编务出版信息化　第五节 人民军医出版社信息时代的社店互动　第六节“ 瀑布模型 ”在出版社大型信息系统开发中的应用

## 章节摘录

第一章　出版社核心竞争力培育　　第二节　中国人民大学出版社核心竞争力的培育途径　　一、科学合理的发展战略　　中国人民大学出版社发展战略和目标：以改革和发展为中心，以学术创造品牌，通过品牌、规模、效益的扩张，通过自身裂变和重组，形成企业经营的集约化、规模化和集中度，走内涵式发展道路，使该社成为具有集团规模的现代出版社。
具体来说，其目标如下：　　（一）实施品牌战略　　以精品出版物促进中国哲学社会科学的发展与繁荣。
出教材精品，服务于中国的教学改革和学科建设。
中国人民大学出版社出版的高校文科教材被国内上千家大学所采用。
根据对各省采用教材情况的分析，中国人民大学出版社出版发行的教材在高校文科教材的市场占有率达10%，高校文科教材已成为其重要的出版特色，成为出版社发展的支柱。
出学术精品，服务于学术研究和文化传承。
中国人民大学出版社既是教材出版机构，也是学术性出版机构，它一直注重学术著作的出版，每年出版的学术著作超过150种，占总出版品种的20%左右。
出大众精品，服务于全面建设小康社会，提高国民素质；近年来中国人民大学出版社一改过去只出版“纯学术著作”的出版思路，策划出版一些图文并茂、文字优美、通俗易懂的休闲类“大众精品”，如音乐欣赏，艺术鉴赏，著名音乐家、画家、书法家等的传记丛书，这些图书出版后不仅提升了大众的阅读欣赏层次，也有很可观的销售量，有的品种销售量达20万册以上，成为出版社一个新的出版增长点。

第一图书网, tushu007.com


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