第一图书网, tushu007.com

<<出版企业战略与管理发展>>

图书基本信息

书名：<<出版企业战略与管理发展>>

13位ISBN编号：9787532561926

10位ISBN编号：7532561925

出版时间：2012-1

出版时间：上海古籍出版社

作者：陈亮

页数：128

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

本书系作者有关出版企业战略与管理发展的研究专著，从出版企业战略管理概述、出版企业的使命和战略目标、战略管理者、企业环境研究的基本原理、出版企业外部环境研究、出版企业内部环境分析、出版企业的战略选择等方面对出版企业的发展战略和管理方法作了详细的阐述。

作者简介

陈亮，上海财经大学工商管理硕士，现任上海外国语大学副编审，上海外国语大学学术骨干，若干家公司战略与管理顾问。
主要研究方向：企业管理、编辑出版。
在国家级中文核心期刊发表论文多篇，主要有《编辑选题策划》、《论电子出版物与编辑手段现代化》、《关于编辑文化积累意识的思考》、《电化教育在市场经济条件下的发展》、《选题是编辑工作的核心》、《打造精品、提高编辑出版水平》等，另有20余篇论文发表在相关学刊。

<<出版企业战略与管理发展>>

书籍目录

第一章 出版企业战略管理概述
　第一节 战略概念、要素与结构
　第二节 战略管理理论演进
　第三节 战略管理过程
第二章 出版企业的使命与战略目标
　第一节 出版企业的使命
　第二节 环境与SWOT分析
　第三节 出版企业的战略目标
第三章 战略管理者
　第一节 战略管理者的构成
　第二节 战略管理者的管理方式
　第三节 我国教育音像出版行业战略管理者的现状
第四章 企业环境研究的基本原理
　第一节 环境构成及相互关系
　第二节 环境的信息及环境研究的程序
第五章 出版企业外部环境研究
　第一节 出版企业环境性质分析
　第二节 出版企业行业结构分析
　第三节 出版企业竞争位置分析
　第四节 外部环境之机会与威胁的分析与总结
第六章 出版企业内部环境分析
　第一节 企业内部资源识别模型
　第二节 人力资源战略管理分析
　第三节 财务分析
　第四节 企业核心能力分析
　第五节 出版企业优势与劣势分析
第七章 出版企业战略选择
　第一节 稳定发展战略
　第二节 增长战略
　第三节 并购战略
　第四节 防御战略
　第五节 战略组合与战略选择
第八章 出版企业人力资源管理战略
　第一节 出版企业人力资源管理的战略思考
　第二节 薪酬制度设计和管理
　第三节 出版企业创新机制的人力资源管理案例
第九章 出版企业财务战略管理
　第一节 加强财务战略管理的意义
　第二节 企业加强财务战略管理的具体措施
　第三节 辽宁出版集团上市筹资案例
　第四节 财务分析与财务核算,
第十章 音像出版企业的成本战略管理
　第一节 成本战略管理的意义与原则
　第二节 加强音像出版企业成本管理战略规划
　第三节 音像出版企业优化成本管理的具体实施

第四节 上海外语音像出版社成本管理战略案例分析
第十一章 出版企业营销战略管理
第一节 出版企业核心营销战略
第二节 图书整合营销传播战略
第三节 图书网络营销战略
第四节 事件营销在图书营销中的应用
第五节 市场定位与特色经营
第六节 出版社精品营销管理战略
第七节 出版社营销战略管理案例
第八节 渠道策略
第十二章 中国出版企业数字时代的发展战略
第一节 中国传统出版业发展数字出版概况
第二节 中国出版业发展数字出版面临的机遇与挑战
第三节 中国出版业发展数字出版的战略思路
第十三章 中国出版产业集团化发展的战略选择和战略模型
第一节 中国出版产业集团化发展的战略选择
第二节 中国出版产业集团化发展的战略模型
第三节 中国出版产业集团化发展战略模型的具体运用
第四节 中国出版产业集团化发展的重要因素
第五节 中国出版产业集团两种经营战略和核心竞争力的关系
第六节 中国出版产业集团化发展核心战略对策
参考文献

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