

<<现代出版经济管理学>>

图书基本信息

书名：<<现代出版经济管理学>>

13位ISBN编号：9787810909235

10位ISBN编号：7810909231

出版时间：2007-8

出版时间：苏州大学出版社

作者：张其友

页数：401

字数：442000

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>

<<现代出版经营管理学>>

内容概要

本书是作者根据自己多年的出版理论研究和出版工作的实践编写而成，其间又经过作者在北京师范大学出版科学研究院多年对新闻专业编辑出版方向硕士研究生“出版经营管理学”课程的教学，在内容上进行了多次修改完善，力图使该书所研究的理论更贴近当前出版业改革和发展的新形势，所探讨和解决的问题更切合目前我国出版企业经营管理的实际。

<<现代出版经济管理>>

书籍目录

第一章 概述 第一节 我国出版业的经济性质 第二节 我国出版业资源配置面临的挑战 第三节 出版经济管理的基本概念 第四节 出版经济管理的目标 第五节 出版经济管理的特点和地位 复习思考题第二章 出版企业应收账款管理 第一节 出版物应收账款的作用与成本 第二节 出版物应收账款的风险分析 第三节 出版物应收账款的信用管理 第四节 加强出版物应收账款管理的几项措施 复习思考题第三章 出版企业存货管理 第一节 出版企业存货的作用 第二节 出版企业存货成本与提成差价 第三节 出版物材料经济订购批量的决策 第四节 出版物印制批量的决策 复习思考题第四章 出版成本管理 第一节 出版成本的基本概念 第二节 出版会计成本的分类 第三节 出版成本管理在出版经济管理中的重要作用 第四节 出版物销售量、成本和利润关系的分析 第五节 出版物销售预测的方法 第六节 出版物量、本、利关系的边际分析 第七节 几个重要成本概念在出版经营决策中的应用 第八节 出版企业目标成本预算管理 复习思考题第五章 出版物价格管理 第一节 我国出版物定价标准改革的历史沿革 第二节 出版物定价的目标与原则 第三节 出版物定价的影响因素与定价策略 第四节 出版物定价方法与计算模型 第五节 出版物发行折扣决策方法 第六节 出版物生命周期与销售利润率关系分析 复习思考题第六章 出版物需求分析及应用策略 第一节 出版物需求结构 第二节 出版物需求价格弹性的分析及应用 第三节 出版物需求收入弹性的分析及应用.....第七章 出版企业机遇与风险管理第八章 出版企业资本经营决策行为第九章 出版企业竞争战略定位与战略决策行为第十章 出版企业战略成本管理思考第十一章 出版企业税金缴纳与税务筹划策略参考文献后记

章节摘录

1. 多元化经营将会发生较高的投资成本 出版企业实施多元化经营战略, 必然要进行多元化投资, 在其转移投资方向、进入某一特定的领域、开发新项目、开辟新市场时, 都将会发生相当高的投资成本。

当企业想要进入某一特定经营领域, 开辟新市场时, 将会面临很高的进入风险成本。

比如, 出版企业为攻破市场壁垒需与强大的竞争对手进行产品差异、服务质量与特色、价格水平等多方面的抗衡, 最终是双方经济实力的较量。

同时, 由于企业新的经营领域的开辟, 出版企业管理层的精力将会因此而分散: 多领域的涉足及多种产品的开发经营, 将会导致企业的整体市场优势与产业优势得不到集中体现。

在出版企业转移投资方向、开发新项目、组织新机构、配置新资源时, 也将会发生巨大的开发成本、管理成本。

此投资很可能会影响企业对主导产业和产品的继续投入而削弱主导产业和产品的市场竞争力, 形成较大的机会成本。

出版企业一旦进入新市场, 将会面临尽快收回巨大投入成本的沉重压力, 高额的沉没成本将把企业逼上背水一战的境地。

此时, 出版企业如果想要退出市场将非常困难, 因为退出市场的代价将是牺牲企业的全部高额投入成本。

2. 多元化经营将会影响企业的核心竞争力 由于出版企业所有的资源(包括人力、财力、物力及无形资产等)都是有限的, 有些甚至是稀缺的, 如书号等资源, 当一个出版企业进行多元化经营时, 在一定程度上就必须舍弃部分原有的出版业务, 拿出部分资源以投入新的领域, 去从事与原来出版业务不相干的陌生业务, 使企业原来已经形成的竞争优势被削弱。

而出版企业在新进入的经营领域里往往是既没有经验, 又缺乏专业人才, 这样做的结果, 有时不仅不能扩大企业的盈利空间, 降低企业的风险, 反而会把企业的宝贵资源白白浪费掉, 造成企业的巨大经济损失, 直接影响出版企业的核心竞争力。

.....

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>