

# 《出版社经营管理》

## 书籍信息

版次：1

页数：

字数：

印刷时间：2009年07月01日

开本：16开

纸张：胶版纸

包装：平装

是否套装：否

国际标准书号ISBN：9787506818476

丛书名：编辑出版学品牌专业系列教材

## 内容简介

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。

## 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



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www.tushupdf.com](http://www.tushupdf.com)