

<<出版管理学>>

图书基本信息

书名：<<出版管理学>>

13位ISBN编号：9787300133188

10位ISBN编号：7300133185

出版时间：2011-6

出版时间：中国人民大学出版社

作者：于春迟,谢文辉

页数：404

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>

<<出版管理学>>

内容概要

《出版管理学》讲述了出版管理的有关知识内容，涉及出版企业的战略管理、组织管理、经营管理、人力资源管理、财务管理，成本管理。供应链管理，以及企业文化建设、企业竞争力建设等，展现了出版管理的方方面面。

本书由于春迟、谢文辉著。

作者简介

谢文辉，男，32岁。

北京工商大学国际化经营管理方向硕士研究生。

从教多年，三年IT媒体工作经验。

五十多篇文章发表于《经济月刊》、《互联网周刊》、《中国电子商务》等经济期刊。

已出版作品包括：《卓越管理——跨国公司十大管理范式》、《卓越营销：跨国公司十大营销模式》、《成功营销：60个经典营销寓言故事》、《智慧管理：60个经典管理寓言故事》、《管理者定律》、《由此走向优秀》、《加入WTO中国前沿问题分析》、《加入WTO中国各行业发展问题分析》、《中国最赚钱的十二大行业》、《成功企业管理制度典范》和《中国经济发展潜力有多大》等十余本经济管理类著作，其中多部作品成为热点畅销书。

长期致力于行业经济、跨国公司管理思想和营销模式研究。

于春迟，1968年出生。

1990年毕业于北京外国语大学英语专业，1加入外语教学与研究出版社，历任国际部主任、出版部主任、社长助理、总支副书记、副社长、社长。

现任中国教育出版传媒股份有限公司副总经理。

1996年赴英国斯特林大学攻读出版学硕士学位，2004至2006年在长江商学院进修EMBA课程，2009年就读中国科学院研究生院管理学博士。

先后被评为全国宣传文化系统“四个一批”经营管理人才，“中国百名优秀出版企业家”、“中国大学出版社首届高校出版人物”，入选“全国新闻出版行业领军人才”。

<<出版管理学>>

书籍目录

第一章 出版战略管理

- 第一节 出版业战略管理概论
- 第二节 出版企业战略管理的环境分析
- 第三节 出版企业的战略选择

第二章 出版组织管理

- 第一节 出版组织管理概述
- 第二节 出版组织管理发展与现状
- 第三节 出版组织管理模式比较分析
- 第四节 出版集团化进程

第三章 出版社的品牌经营管理

- 第一节 出版品牌管理综述
- 第二节 出版品牌的关键要素及其管理
- 第三节 出版品牌管理流程

第四章 出版企业核心竞争力管理与构建

- 第一节 出版企业核心竞争力概述
- 第二节 出版企业核心竞争力的管理要素
- 第三节 出版企业核心竞争力打造
- 第四节 出版企业竞争力指标体系研究

第五章 出版业的人力资源管理

- 第一节 人力资源管理概述
- 第二节 出版业的人力资源管理
- 第三节 知识型员工的激励与开发

第六章 出版企业的企业文化建设

- 第一节 出版企业企业文化建设概述
- 第二节 出版企业企业文化建设势在必行
- 第三节 出版企业文化的基本构成
- 第四节 出版企业文化建设的步骤

第七章 出版企业财务管理

- 第一节 集团化背景下出版企业财务管理模式选择
- 第二节 出版企业资金管理
- 第三节 出版企业全面预算管理
- 第四节 出版企业财务管理信息化与创新

第八章 出版企业成本管理

- 第一节 出版成本管理概述
- 第二节 出版成本管理的内容和方法
- 第三节 出版企业成本管理存在的问题与对策
- 第四节 战略成本管理：推进出版企业成本管理的新思路

第九章 出版供应链管理

- 第一节 出版业供应链管理概述
- 第二节 出版供应链中的物流管理
- 第三节 基于图书供应链的营销渠道管理

第十章 信息化与出版管理创新

- 第一节 出版信息化管理概述
- 第二节 出版企业信息化管理系统
- 第三节 出版企业信息化管理现状与erp系统实施

<<出版管理学>>

第四节 现代出版企业基于信息化的管理创新

第十一章 出版企业的资本运营

第一节 出版业资本运营概述

第二节 出版业资本运营分析

第三节 出版业资本运营的模式

后记：出版产业生态圈的变化与走向

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>