第一图书网, tushu007.com

<<出版企业版权战略管理>>

图书基本信息

书名：<<出版企业版权战略管理>>

13位ISBN编号：9787509737781

10位ISBN编号：7509737788

出版时间：2012-11

出版时间：社会科学文献出版社

作者：王志刚

页数：191

字数：206000

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

出版企业版权战略管理相关问题研究，在宏观层面是知识经济时代的必然选择，也是中国出版产业“走出去”的战略需要，在微观层面则是我国出版单位企业化转型后必须面对的课题。
王志刚编写的这本《出版企业版权战略管理》关于出版企业版权战略管理的研究，即是在这种背景下以我国出版企业版权业务管理为对象进行的初步探索。
论文主题意在强调知识经济时代我国出版企业对于版权业务开展战略化管理的必要性及重要性，重点内容在于探讨我国出版企业如何实现版权业务的战略化管理。
基于这个研究目的，《出版企业版权战略管理》运用了战略管理和版权管理等理论，采用了调查研究、文献研究、比较分析和案例研究等方法，对我国出版企业版权战略管理问题进行了深入分析和总结。

为了解我国出版企业的版权管理现状，笔者在2009年6月至7月通过访问企业网站等信息收集方式，以我国24家出版集团及其下属163
家出版社为分析样本作了相关调查。
从版权管理机构、网站版权相关栏目、反盗版联系方式三个方面的调查数据来看，我国出版企业版权管理尚未得到充分重视，我们在国内很难找到比较成熟的版权业务战略管理模式。
而在分析相关研究文献后，我们还会发现理论界关于出版企业版权战略管理的研究也相对较弱。
基于国内出版产业界版权管理实践现状和出版学界理论研究现实，《出版企业版权战略管理》决定采取以调查分析的方式关注国外发达国家出版企业的版权管理，总结其相关经验，以期获取提升我国出版企业版权战略管理能力的启示。

经过对欧美出版企业版权战略管理经验的梳理，我们可以得出一个结论：出版企业版权业务战略化管理的实现，取决于政府在宏观层面的制度支持和企业在微观层面的自我建设。
就宏观方面而言，我国与欧美差距不大，目前整体而言已经具备相对完备的版权管理体系以及相对有力的产业政策支持。
而就微观层面而言，长期处于计划经济模式下的我国出版企业则差距较大：欧美出版企业一般围绕版权业务开发和运营建构了相应战略管理体系，而且在具体版权运营过程中采取了一些针对性策略；而我国出版企业版权战略管理支持体系建设相对较差，版权业务的具体开展也缺乏相应的市场化策略。

经过中外比较，笔者认为：我国出版企业版权业务战略化管理水平的提高，应该重点从企业自身着手，具体而言，需从“硬件”和“软件”两个层面加强建设。
“硬件”是指出版企业版权战略管理的支持体系，“软件”则指出版企业版权业务的具体运营策略。
在版权业务的战略化管理中，相应支持体系等“硬件”建设是开展战略化管理的前提，而具体运营策略等“软件”的采用则是实现版权战略管理目标的关键。

在“硬件”建设方面，笔者认为我国出版企业版权战略管理支持体系应由版权组织体系、版权制度体系、版权文化以及版权技术构成。

版权组织处于最核心的位置，发挥着至关重要的作用，它的建构程度直接影响着出版企业版权业务管理能否上升到战略化高度；版权制度的相对完备能保证版权业务执行有规可循，促进版权业务的规范化；版权文化的建设为企业版权业务的开展提供有利的宏观背景，提升企业版权业务管理的战略意识；而版权技术的相对完备则能保障企业版权利益，提升企业处理版权业务的效率，进而提升版权战略管理水平。
在“软件”
建设方面，笔者认为，出版企业对于版权业务的战略化管理，需要从版权获取、版权开发和版权保护三个层面采取针对性的策略。

就版权获取而言，出版企业应该追求权利内容获取的全面性和专业性的统一，坚持版权获取渠道的主动性、专业性和共享性策略。
就版权开发而言，在权利内容方面应该坚持出版物核心权利、附属权利和衍生权利三个层面的开发策略，在版权市场开发方面应该加强国际版权市场和数字版权市场的开发，以拓宽目标市场的广度与深度。
就版权保护而言，应该坚持维权与授权相结合的版权保护模式，具体而言应该从三个层面加强版权保护：一是增强出版企业自身版权保护力度，二是建立出版企业版权保护联盟，三是积极向行业协会提出版权保护诉求。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

王志刚，管理学博士，河南大学讲师。

<<出版企业版权战略管理>>

书籍目录

摘要
1 导论
1.1 论题缘起
1.1.1 加强出版企业版权管理是中国出版"走出去"的战略需要
1.1.2 出版单位企业化转型后需要重视版权业务的战略化管理
1.1.3 我国出版企业版权管理的弱势显现出加强相关研究的必要性
1.2 研究对象
1.2.1 概念界定
1.2.2 研究内容
1.3 理论基础
1.3.1 战略管理理论
1.3.2 版权保护理论
1.4 研究意义
1.4.1 理论意义
1.4.2 实践意义
1.5 研究思路和方法
1.5.1 研究思路
1.5.2 研究方法
2 出版企业版权战略管理研究文献综述
2.1 关于版权战略管理问题的宏观论述
2.1.1 关于版权战略管理研究的专著
2.1.2 关于版权战略管理研究的论文
2.2 关于出版企业版权战略管理问题的研究
2.2.1 关于出版企业版权管理问题的一般理论探讨
2.2.2 关于出版企业版权保护问题的研究
2.2.3 关于出版企业版权经营问题的思考
2.3 出版企业版权战略管理研究相关文献总体评述
3 出版企业版权战略管理经验的国际参照
3.1 美国出版企业的版权战略管理
3.1.1 美国出版企业版权战略管理的宏观背景
3.1.2 美国出版企业版权战略管理的支持体系
3.1.3 美国出版企业版权战略管理的具体措施
3.2 欧洲出版企业的版权战略管理
3.2.1 欧洲出版企业版权战略管理的宏观背景
3.2.2 欧洲出版企业版权管理的支持体系
3.2.3 欧洲出版企业版权战略管理的具体措施
3.3 欧美出版企业版权战略管理对我国出版企业的启示
3.3.1 我国出版企业应推动出版行业协会对政府提出更多的政策诉求
3.3.2 我国出版企业应建构科学的出版企业版权战略管理体系
3.3.3 我国出版企业应强调版权业务的运营策略
4 出版企业版权战略的制定
4.1 我国出版企业版权战略的制定环境分析
4.1.1 我国出版企业版权战略管理的优势
4.1.2我国出版企业版权战略管理的劣势
4.1.3我国出版企业版权战略管理的机遇

4.1.4我国出版企业版权战略管理的威胁
4.2 我国出版企业版权战略的基本取向
4.2.1 我国出版企业版权战略的制定思想
4.2.2 我国出版企业版权战略的制定目标
4.3 我国出版企业版权战略模式选择
4.3.1 出版企业版权战略模式的具体内涵
4.3.2 我国出版企业版权战略模式的选择原则
5 出版企业版权战略管理的支持体系
5.1 出版企业版权组织体系的建构
5.1.1 出版企业版权管理机构的作用
5.1.2 我国出版企业版权组织体系的构建
5.2 出版企业版权制度体系的建构
5.2.1 出版企业版权管理制度的作用
5.2.2 我国出版企业版权制度体系的构建
5.3 出版企业版权文化的建构
5.3.1 出版企业版权文化的内涵与作用
5.3.2 我国出版企业版权文化的建构
5.4 出版企业版权信息管理系统的构建
5.4.1 版权信息管理系统的内涵与作用
5.4.2 我国出版企业版权信息管理系统的构建
6 出版企业版权战略的实施策略
6.1 出版企业的版权获取策略
6.1.1 版权获取的内容策略
6.1.2 版权获取的渠道策略
6.2 出版企业的版权开发策略
6.2.1 版权内容开发策略
6.2.2 版权市场开发策略
6.3 出版企业的版权保护策略
6.3.1 增强企业自身版权保护力度
6.3.2 建立出版企业版权保护联盟
6.3.3 积极向行业协会提出版权保护诉求
7 我国出版企业版权战略的评价与控制
7.1 出版企业版权战略评价
7.1.1 出版企业版权战略评价的内涵
7.1.2 出版企业版权战略的评价指标体系
7.2 出版企业版权业务的战略控制
7.2.1 出版企业版权战略控制的内涵
7.2.2 出版企业版权战略的控制模式
8 结语
参考文献
一、中文文献
二、英文文献
后记

编辑推荐

王志刚编写的《出版企业版权战略管理》强调在知识经济时代中国出版企业对于版权业务开展战略化管理的必要性及重要性，重点探讨了中国出版企业如何实现版权业务的战略化管理。
书中作者运用战略管理和版权管理等理论，通过调查研究、文献研究、比较分析和案例研究等方法，对中国出版企业版权战略管理问题进行了深入的分析和总结。

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