

<<现代书业企业管理学>>

图书基本信息

书名：<<现代书业企业管理学>>

13位ISBN编号：9787567204331

10位ISBN编号：7567204339

出版时间：2013-2

出版时间：朱静雯 苏州大学出版社 (2013-02出版)

作者：朱静雯 编

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>

## <<现代书业企业管理学>>

### 内容概要

《现代出版学精品教材:现代书业企业管理学(第2版)》讲述任何国家的新闻出版事业都是为自己国家的利益服务的，绝无功利的新闻出版事业从来不存在。

过去，我国的新闻出版事业只注重了它的宣传作用，而忽略了它还有商品性的一面。

这是计划经济导致的必然结果。

改革开放以后，人们很快意识到了出版事业的二重性：意识形态属性和商品属性。

我国的新闻出版业，一方面要发挥党和人民喉舌的作用，另一方面也要按照社会主义市场经济的规律去建设、发展、生产和流通，这两种属性是并行不悖、相辅相成的。

只有按照市场经济的规律去建设、发展、生产和流通，才能更好地宣传科学的理论、正确的思想，弘扬正气，凝聚人心；也只有坚持正确的导向，乘市场经济的浪潮发展，才不致于迷乱了本性，才能为最广大人民的根本利益服务，才能在世界范围内形成自己的特色，参与国际出版业的激烈竞争。

书籍目录

第一章 绪论 第一节 管理的内涵 第二节 管理理论的发展 第二章 出版管理体制 第一节 出版法律体系 第二节 出版行政管理 第三节 出版行业管理 第四节 出版经济管理 第三章 书业企业战略管理 第一节 书业企业战略管理概述 第二节 书业企业战略制定 第三节 书业企业战略的类型与内容 第四节 书业企业战略评价与控制 第四章 书业企业组织管理 第一节 书业企业组织体系 第二节 书业企业组织结构 第三节 书业企业组织整合 第四节 书业企业组织变革 第五章 书业企业人力资源管理 第一节 书业企业人力资源管理概述 第二节 书业企业人力资源规划 第三节 书业企业员工的招聘与录用 第四节 书业企业员工培训 第五节 书业企业绩效管理 第六节 书业企业薪酬管理 第六章 书业企业质量管理 第一节 书业企业质量管理标准 第二节 书业企业质量控制 第七章 书业企业信息管理 第一节 书业企业信息管理概述 第二节 书业企业管理信息系统 第三节 书业企业电子商务 主要参考文献 后记

## 章节摘录

版权页：插图：1997年6月，国家新闻出版署发布了《图书质量保障体系》，其第四章“社会监督机制”第45条明确规定：“坚持出版行业协会监督制度。

并要求各出版行业协会“都应根据各自的特点建立和完善行规行约，从保护会员合法权益和履行应尽义务的角度，在图书质量保障方面，做好自我约束和调研、咨询、协调、监督工作，形成网络”。出版行业协会要做好监督工作，充分发挥监督职能，为保障图书质量做出应有的贡献，就涉及出版行业协会的社会定位与团体性质、出版行业协会的机构改革与行为规范、出版行业协会的服务功能与运作机制等。

行业协会在其专业实践活动中，已越来越显示出自身的优势，特点显著，具备履行监督职能的条件：

(1) 权威性。

由于出版行业各协会的组成人员，大都是在职的各出版单位的业务领导、退居二线的领导骨干、部分出版行业的专家学者等，各协会体现出无可争辩的权威性。

在组织领导方面具有“一元化”的特点，便于开展工作；在开展活动方面具有专业化的特点，利于研讨业务；在行使职责方面具有指令性特点，易于协调行为；在履行监督职能方面具有整体性特点，利于全面核查；在履行应尽义务方面具有团体性特点，便于自我约束。

(2) 广泛性。

从纵向来看，各协会的构成和组织来自类型不同的出版单位，有中央一级的，亦有省市区一级的，还有地市级的；既有图书出版，亦有期刊出版；既有着重于社会科学出版方面的，亦有面向自然科学出版方面的，出版业务同中有异。

而从横向来论，虽然各协会专业指向有所不同，主管的出版环节不同，然而，彼此又有着密不可分的联系，有着共同的服务宗旨，一样的行为规范，相同或相近的职责范围，息息相关，命运相连，可以说是异中有同。

因此，各协会具有广泛性和代表性，其覆盖面遍及整个出版行业。

这又是一大优势。

(3) 开放性。

各协会由于属于社会学术团体性质，组成人员来自各个层面，经历不同，年龄、知识结构各异，有相当广泛的群众性。

从某种意义上来说，亦兼有一种“民意机构”的性质，代表着出版行业乃至全社会的整体利益。

通过自身的专业活动与监督职能的发挥，不但反映出版行业广大群众的意见，还同时体察社会各阶层人民群众的呼声，层层反映，以引起有关领导部门和领导人的重视。

各协会亦是联系群众的桥梁与纽带，是一个开放性组织。

既要用正确的出版思想和专业理论指导出版行业的实践，又要正确引导舆论，和一切违反出版行业政策、职业道德和法律法规的言行作斗争，为出版行业的繁荣和健康发展鸣锣开道，保驾护航。

(4) 自律性。

群众性社会学术团体，要服从国家政策规定和受法律法规的约束，规范自己的协会行为。

而出版行业协会更有其特殊性和重要性，有其高层次的要求。

出版行业协会，根据自身的特点，主要任务是用正确的理论引导人，用科学知识武装人。

特别是在市场经济条件下，对全行业的工作要起到调研、咨询、协调作用，发挥行业监督职能，以便促使出版行业为全社会提供健康有益的精神食粮，亦即各类精美的出版物。

因此，更应做到廉洁自律，遵守职业道德规范，不断强化行业职业道德建设，团结教育广大从业人员，自觉抵制行业不正之风。

这是出版行业协会严肃艰巨的长期任务。

(5) 时代性。

出版行业协会注重使用最先进的技术在行业内得到运用。

在信息社会中，出版行业协会尤其要重视信息技术的交流。

各书业协会不仅定期召开有关会议交流书业信息，还编印自己的报刊，同时还经常和其他行业之间互

通有无。

如中国书刊发行业协会就重视宣传工作，把国家颁布的有关出版工作中的法律、法规、方针政策传达到全行业的各个单位，并认真加以落实，坚持编发《协会通讯》，开展业务交流。

对于新技术的推广，中国书刊发行业协会也做出了积极响应，该协会重视信息平台的建设，从计算机与行业的结合入手，建立了可供机读的“可供书目数据库”。

(6) 国际性。

出版行业协会是民间组织，它不仅可以在国内同行之间加强经济技术交流合作，而且在开展对外交流方面也比政府部门更为便利。

由于行业协会可以非官方的身份开展经济技术交流，其活动方式更加灵活方便，而共同的行业特点也使得它在吸取国外先进技术、管理经验和信息情报方面更为直接、迅捷和有效。

同时，由于行业协会可以按行业统一规划、管理，一致对外，从而避免重复引进和盲目发展。

当今世界是一个开放的世界，任何行业都不可能在封闭的环境下求发展，对外交流是大势所趋。

任何一国的出版活动也无法局限于其领土之内，只有进行充分的国际交流，本国出版业才能真正繁荣和发展。

## <<现代书业企业管理学>>

### 编辑推荐

《现代出版学精品教材:现代书业企业管理学(第2版)》由朱静雯主编,书籍,是人类传承文明的主要载体;近代兴起了报纸和杂志,于是文明传承又多了一种工具和媒介,从而新闻与出版并称。但是二者在传承文明过程中所起的作用和各自的特点有所不同。报纸杂志的时效性强、内容多样;书籍则传世久远、影响深远。二者相济,既及时反映了即时发生的情况,又引导人们思考过去、现在和未来,于是人类的文明得以播散和流传。

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>