

0805
E.R.I
2003

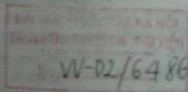
N.D.Eriasvili

Xuất bản: _____

QUẢN TRỊ và MARKETING

(Sách tham khảo nghiệp vụ)

Người dịch: Đào Tấn Anh
Kiều Văn



NHÀ XUẤT BẢN THÔNG TẤN
HÀ NỘI - 2003

MỤC LỤC

	Trang
Lời Nhà xuất bản	5
Lời nói đầu	7

CHƯƠNG I

XUẤT BẢN SÁCH VÀ THỊ TRƯỜNG SÁCH

I. BỐ LƯỢC LỊCH SỬ NGÀNH XUẤT BẢN NGA	15
II. THỊ TRƯỜNG SÁCH NGA: CÁC ĐẶC TÍNH CHUNG	28
III. XU THẾ PHÁT TRIỂN CỦA THỊ TRƯỜNG SÁCH	42

CHƯƠNG II

QUÁ TRÌNH XUẤT BẢN: CÁC ĐẶC ĐIỂM CỦA QUẢN TRỊ

I. NHỮNG KHÁI NIỆM CƠ BẢN TRONG HỆ THỐNG QUẢN TRỊ XUẤT BẢN	50
II. NỘI DUNG CHỨC NĂNG CỦA QUẢN TRỊ XUẤT BẢN	62
III. CÁC QUÁ TRÌNH TỔ CHỨC TRONG HỆ THỐNG QUẢN TRỊ NHÀ XUẤT BẢN	77

IV. PHƯƠNG HIỆN HIỆN TẬP - CƠ SỞ CỦA QUẢN TRỊ HIỆU QUẢ	86
V. KẾ HOẠCH KINH DOANH SẢN PHẨM SÁCH	114
VI. ĐÁNH GIÁ TÍNH HIỆU QUẢ CỦA SẢN XUẤT SÁCH TRÊN CƠ SỞ CHU KỲ SỐNG CỦA CHÙNG	133
VII. ĐÁNH GIÁ ĐỘ RỦI RO TRONG LĨNH VỰC XUẤT BẢN SÁCH	153

CHƯƠNG III

TIẾP THỊ TRONG XUẤT BẢN

I. HỆ THỐNG TIẾP THỊ NHỮNG NGUYÊN TẮC CƠ BẢN TRONG QUAN ĐIỂM TIẾP THỊ CỦA NHÀ XUẤT BẢN	225
II. TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG SÁCH (Cấu, cung, cạnh tranh)	245
III. NHỮNG NGHIÊN CỨU TIẾP THỊ VỀ THỊ TRƯỜNG SÁCH	267
IV. CHÍNH SÁCH GIÁ CẢ CỦA NHÀ XUẤT BẢN	320
V. SỰ LƯU CHUYỂN CỦA SẢN PHẨM SÁCH	396
VI. CÁC ĐỐI TÁC THƯƠNG MẠI CỦA NHÀ XUẤT BẢN VÀ CÁC HÌNH THỨC KINH DOANH SẢN PHẨM SÁCH	429