

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова

С.Г. Борисова, Е.В. Никульчев, С.А. Курашова

**Задачи управления СМИ
на макро- и микроуровне:
использование инновационных
инструментов стратегического
менеджмента**

Монография

Москва
2012

УДК 005.1:07
ББК 65.290-2
Б 82

Рецензенты:

С.Н. Яковлева, кандидат экономических наук, доцент,
Заслуженный работник высшей школы;
В.А. Богомолова, доктор экономических наук, профессор
кафедры «Управление бизнес-процессами в медиаиндустрии»

Борисова С.Г.
Б 82 Задачи управления СМИ на макро- и микроуровне: использование инновационных инструментов стратегического менеджмента : монография / С.Г. Борисова, Е.В. Никульчев, С.А. Курашова; Моск. гос. ун-т печати имени Ивана Федорова. — М. : МГУП имени Ивана Федорова, 2012. — 110 с.

ISBN 978-5-8122-1176-9

Монография является актуальной научной работой, в которой разработан стратегический инструментарий создания ценности издательского предложения, позволяющий реконструировать рыночное пространство издательства в инновационном направлении.

Построена стратегическая канва потребительской ценности, что позволило сконструировать инновационный профиль издательского рынка и разработать ключевые показатели инновационной деятельности издательства. Построена стратегическая карта целей на основе сбалансированной системы показателей и стратегии «голубого» океана.

Модифицирована и адаптирована к инновационной деятельности издательства методика экономического обоснования REJ (Rapid Economic Justification) для оценки эффективности IT-проектов. Разработана и интерпретирована оригинальная схема выбора варианта работы издательства с новым автором.

Монография предназначена для научных работников, экономистов-менеджеров, других специалистов полиграфии, а также для аспирантов и студентов.

Печатается в авторской редакции.

УДК 005.1:07
ББК 65.290-2

ISBN 978-5-8122-1176-9

© Борисова С.Г.,
Никульчев Е.В.,
Курашова С.А., 2012
© Московский государственный
университет печати
имени Ивана Федорова, 2012

СОДЕРЖАНИЕ

Введение	4
Глава 1. О целесообразности приватизации государственных средств массовой информации.....	6
Глава 2. Определение тенденций развития организаций в условиях инновационной экономики	24
Глава 3. Теоретические основы и инструменты стратегического менеджмента	44
Глава 4. Определение стратегического вектора развития издательств на инновационной основе.....	61
Глава 5. Инновационный подход к управлению ассортиментной политикой издательств.....	72
Заключение.....	98
Библиографический список.....	101