

阅读推广活动管理绩效评价要素和内容分析*

岳修志

摘要 如何从管理的角度提高阅读推广活动的效果,对于阅读推广活动的组织者尤为重要。通过分析阅读推广活动的管理绩效评价要素和内容:组织者的能力、开展过程因素、综合管理因素,提出阅读推广活动管理绩效评价的10个二级分类、39个三级分类。对阅读推广活动管理绩效评价要素和内容的细化,可以为阅读推广活动管理绩效评价指标的构建奠定基础,也可以帮助组织者提高活动质量。图1。表4。参考文献20。

关键词 阅读推广活动 管理绩效 评价

Analysis of the Elements and Content of Management Performance Evaluation in Reading Promotion Activities

Yue Xiuzhi

Abstract: How to improve the effect of reading promotion activities from the point of management is very important to the organizers of reading promotion activities. Through analyzing the management performance evaluation elements and content of the reading promotion activities: the organizers' ability, process factors, and comprehensive management factors, this paper puts forwards a total of 10 two-grade classification items, 39 three-grade classification items. Detailed management performance evaluation elements and content of reading promotion activities, can not only lay the foundation for the construction of management performance evaluation indicators of reading promotion activities, but also help organizers improve the quality of activities management. 1 fig. 4 tabs. 20 refs.

Keywords: Reading Promotion Activities; Management Performance; Evaluation

1 前言

《全民阅读促进条例(征求意见稿)》要求国务院和地方各级人民政府应当依法保障公民参加全民阅读活动的权利,并强调国家促进全民阅读的“公益性”原则^[1]。因此,全民阅读工作尤其是阅读推广活动,属于公共项目中的基础性、公益性、非经营性项目,可以借鉴公益性项目或公共项目的评价研究成果,来进行阅读推广活动的绩效评价。朱衍强等提出公共项目绩效评价的内容主要包括:管理绩效、技术绩效、经济绩效、社会绩效、生态环境绩效、可持续发展绩效等六个方面^[2]。参考公共项目绩效评价内容,阅读推广

活动绩效评价在活动的影响效果方面,也可分为上述六个方面。在这六个一级评价指标中,管理绩效尤为重要的。阅读推广活动的管理是指在有限的资源约束下,运用系统的观点、方法和理论,对包括人力、物力、财力等在内的各种阅读推广活动的资源进行管理,并受阅读推广活动的利益相关人(各级政府和机构、活动管理者、读者或用户)不同的需求的影响。因此,阅读推广活动的管理绩效是指在阅读推广活动的实施或开展过程中,对其中的管理行为进行考核和评价的结果。对阅读推广活动的管理,是阅读推广活动可以良好且持续进行的基础。随着国家对阅读推广活动的重

* 本文系国家社科基金项目“阅读推广活动的评价指标体系构建及其实证研究”(项目编号:15BTQ022)研究成果之一。

视程度和投入经费的不断增加,阅读推广活动的战略管理和细节管理需要得到更多的重视,也应该有越来越多的用户参与到更多的阅读推广活动中并且受益,从而改善社会阅读环境和文化氛围。

2 阅读推广活动管理绩效评价相关研究及其要素

2.1 阅读推广活动管理绩效评价相关研究

笔者于2018年9月初检索中国知网所有文献,篇名或摘要包含“阅读推广”或者“全民阅读”,并且篇名或摘要包含“管理绩效”,检索结果为0。扩大检索范围,更改检索条件为篇名包含“阅读推广”或者“全民阅读”,并且全文包含“管理绩效”,共检索到文献64篇,其中期刊论文57篇(核心期刊或CSSCI论文30篇),硕士学位论文7篇。有研究者提出,因为反馈机制欠缺,无法评估活动实际效果^[3]。田稷、杨柳对全民阅读的科技服务能力进行研究,提到全民阅读的绩效管理制度,认为全民阅读的绩效评价要与其战略规划、预算、管理过程等因素相结合,即要对全民阅读管理中的规划、预算和过程进行评价^[4]。陈嘉慧针对高校图书馆阅读推广活动进行绩效评价研究,提出要对项目过程、效果、参与人员进行绩效考核^[5]。洪伟达、马海群认为应对阅读推广进行项目管理或过程管理,构建评估评价机制,提出建立阅读推广活动的制度性、实施性、技术性和监督性的规范^[6]。周林仙、傅文奇构建高校图书馆电子书阅读推广绩效评价指标,其中涉及“内部运营维度”,包括推广成本、质量和效果,在推广质量上,可以按照“将关键岗位、关键部门、关键事件具体量化的过程”进行指标设计^[7]。张毅红将项目化团队管理引入阅读推广活动实践,主要分析了阅读推广活动中文献服务团队、活动组织团队和宣传推广团队的建设和管理,团队主要分为个人、项目核心团队和项目团队3个层面,对于团队的评估和激励指标主要围绕文献服务、

特色活动、宣传推广3个方面^[8]。许天才等提出高校图书馆阅读推广预评价机制及其评价指标与基础数据,在评价机制的完善中提出活动建档、绩效考评、激励制度构建等措施^[9]。卢苗苗、方向明构建的高校图书馆阅读推广活动绩效评估指标体系中包含活动保障程度、活动实施质量、活动绩效等内容,即对阅读推广活动过程管理进行评价^[10]。上述文献中涉及到阅读推广活动的管理绩效及其评价,强调了阅读推广活动要重视管理过程的评价,同时将管理过程细化,如规划、预算、参与人员、团队建设、规范化、活动建档、激励制度、保障程度等,但在阅读推广活动的管理绩效及其评价方面尚没有系统性的论述。因此,需要对阅读推广活动的管理绩效进行范围界定。

2.2 阅读推广活动管理绩效评价要素

管理绩效即为管理的绩效,朱衍强认为管理绩效是在绩效管理活动实施过程中,对所涉及的管理活动进行考核和评价的结果;管理绩效评价可以分析为什么同样的管理活动会有不同的绩效结果,不同的管理方式和手段具有不同的绩效结果^[2]。盛运华、赵宏中认为管理绩效强调过程管理,注重管理过程中绩效计划的制订、员工之间的持续沟通、绩效考评、薪酬管理、人事决策与调整等各个阶段^[11]。对阅读推广活动管理绩效的评价,要考虑能促进达成阅读推广活动目的的因素。对阅读推广活动管理绩效的考核与阅读推广活动的管理有着本质的联系,能反映出在阅读推广实际活动中存在的问题和性质。设计的指标应能反映阅读推广活动管理全过程的情况,并具有横向可比性,即可以对两个或多个单位举办的阅读推广活动进行相互分析对比,主要分析阅读推广活动在哪些方面没有做好及其原因、如何改善等问题。

阅读推广活动的管理绩效评价要素主要包括:(1)阅读推广活动组织者的能力;反映出组织者对于阅读推广活动的管理水平;(2)开展过程因素:活动成本、质量、进度的管理绩效等;(3)综合管理因素:活动的制度、规划过程、监管、文档管理

绩效等^[2]。管理绩效对于单个阅读推广活动评价和某单位在某一阶段的阅读推广活动尤为重要。

3 阅读推广活动组织者的能力

根据组织者在阅读推广活动中的职能以及关系紧密程度,可以把阅读推广活动的组织者分为三类:管理者、执行者、参与者。以中原工学院为例,中原工学院成立了读书节组委会,主任由校长兼任,副主任由分管学生工作的党委副书记和分管图书馆工作的副校长兼任。组委会成员由宣传部、学生处、图书馆、校团委、研究生工作部、校工会的人员组成,组委会下设办公室,办公室设在图书馆^[12]。读书节组委会是中原工学院阅读推广活动的宏观管理层,或战略管理层。阅读推广活动年度计划由图书馆馆长和分管阅读推广活动的副馆长制订,经读书节组委会同意后即可在当年执行,图书馆馆长(副馆长)是阅读推广活动的管理者。阅读推广每一个具体活动的计划、开展过程由服务部主任负责(曾经由信息

技术部主任负责),另有服务部的两位阅读推广馆员配合开展阅读推广活动,这三位人员是阅读推广活动的执行者。此外图书馆办公室、信息部、采编部的一些馆员也要参与活动。中原工学院图书馆下属的一个大学生读者协会是一个学生社团组织,协助开展读书节活动,如海报制作和张贴、组织人员和现场活动。在必要的时候,大学生读者协会需要联系其他一些社团,如书友会、红楼协会等参与活动的执行。有一些阅读推广活动也需要中原工学院相关院系分管学生工作的党总支副书记、学生办公室主任等分管。大学生读者协会以及其他社团、院系相关人员就是读书节活动的参与者。对于不同的高校阅读推广活动来说,存在不同的机构名称,涉及到阅读推广活动的部门和人员也不尽相同,但基本模式可以参考。对于不同行业、不同单位的阅读推广活动组织者结构也可以参考,即开展有机构、有核心部门、有相关人员共同举办的活动。阅读推广活动的组织者结构如图1所示。

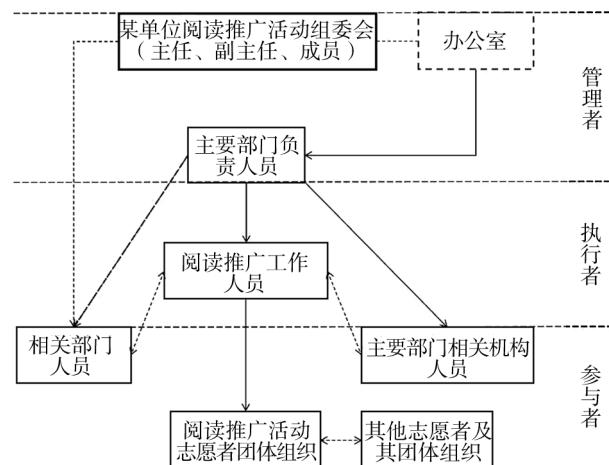


图1 阅读推广活动组织者结构

三者的分工是:管理者负责制定阅读推广活动的年度计划(甚至是三到五年的规划)以及年度各项活动的人、财、物调配;执行者负责具体开展每一项阅读推广活动,并提供管理者需要的阅读推广活动材料;参与者根据活动的类型不同程度

地参与各种阅读推广活动。管理者、执行者、参与者的任务分工要求他们需要具有不同的管理水平。

3.1 管理者的能力

对管理者的的要求包括:第一,对阅读推广活动的宏观掌控能力。了解当前国内外阅读推广活动

的现状和趋势,了解所在单位各级领导和相关兄弟部门对于阅读推广活动的看法和支持力度,了解单位内外阅读推广活动的相关人、财、物资源,重视阅读推广活动且能有效平衡阅读推广活动与本组织管理活动的关系。第二,一般意义上的管理能力,即管理者的计划、组织、领导、控制能力^[13]。这两点共同构成阅读推广活动管理者的能力建设,具体体现为管理者对阅读推广活动的计划、组织、领导和控制能力。

阅读推广活动管理者能力评价的内容可分为:(1)计划能力:制订工作计划的能力、筹划活动形式的能力;(2)组织能力:任务分配能力、团队管理能力;(3)领导能力:分析判断能力、培养下属能力、沟通协调能力、人际关系能力;(4)控制能力:指导与监控能力、绩效管理能力^[14]。

3.2 执行者的能力

执行者的能力主要包括沟通、协调、反馈、责任、决心^[15]。对执行者的要求包括:(1)对阅读推广活动的宏观掌控能力。熟悉组织中阅读推广活动的执行情况,了解用户的阅读需求和阅读行为,能够找到并使用与用户特点相匹配的阅读推广活动的工作方法且不断创新阅读推广活动,贯彻管理者的阅读推广活动计划的能力。(2)良好的执行能力。有效利用资源保质保量完成阅读推广活动工作和任务的能力,主要包括完成任务的意愿、完成任务的能力、完成任务的程度,能力中包括团队能力和个人能力。(3)具有一定的阅读爱好和文学素养。(4)具有关心和帮助用户的热情。

阅读推广活动执行者能力评价除了进行常规的量化绩效考核以外,还应该对执行者的工作方法、创新实现动态考核,主要是关注执行人员对阅读推广工作的流程、步骤、方法是否进行良性的反思,能否归结出更有效的方法。另外,也要评价执行者的工作态度和工作习惯^[16]。

3.3 参与者的能力

对参与者的要求包括:(1)明确自身在阅读推广活动中的角色和定位,具有良好的配合工作的态度和能力;(2)较好完成执行者交给的具体任务

的能力;(3)具有一定的阅读爱好和文学素养。

上述组织者的能力要求,仅是对活动举办有着一个基本的保证,对活动也存在一定程度的影响。对组织者人员的数量、能力要素的评价主要用于不同单位之间阅读推广活动的绩效比较,如高校之间、公共图书馆之间、社区之间等。同一个单位阅读推广活动的组织者的管理能力也是在发展和提高的,也可以据此调配合适人员,以提高阅读推广活动效果。

对于组织者能力的绩效考核,还可以以组织者的职务、职称、年龄、组织阅读推广活动的年限、参加阅读推广人员培训活动次数,以及组织者人员数量等为参考。阅读推广活动组织者的能力评价要素和内容如表1所示。

4 阅读推广活动的开展过程因素

可从阅读推广活动的开展过程分析活动的管理绩效及其评价要素。一个阅读推广活动包括启动、计划、执行、控制、结束这五个过程。在每个过程中都要考虑成本管理绩效、质量管理绩效、进度管理绩效。

第一,阅读推广活动的成本管理绩效。可根据活动的策划准备阶段、过程实施阶段、结束过程阶段,分析其成本管理绩效。在活动的策划准备阶段,主要考虑:对活动计划和活动方案的理解分析、预算编制和造价管理的及时性和有效性。活动过程实施阶段的绩效评价要素应包括:活动策划的持续改进和动态调整、经费支出的有效性、活动经费收入(如果有的话)的有效性、日常业务管理的及时性和准确性、活动组织的有效性和资料的完备性、经费支出中材料的有效性和完备性、活动承办方的自我考核评价。在结束过程阶段,应考虑:阶段性活动和整体性活动结算的及时性和有效性、被否决活动的情况^[17]。

第二,阅读推广活动的质量管理绩效。质量管理是根据活动的计划和方案,通过质量策划、控制、保证和改进来实现阅读推广活动的目标的活动。主要包括活动组织的程序化、技术性、改进或

表1 阅读推广活动三级组织者的能力评价要素

序号	阅读推广活动组织者的能力		
	管理者能力	执行者能力	参与者能力
1	计划能力:计划安排能力;执行能力	理解能力:准确理解上级的工作指示,工作目标清晰	配合工作的能力
2	组织能力:任务分配能力;团队管理能力	计划能力:将上级指示转化为清晰的行动计划	完成工作的能力
3	领导能力:分析判断能力;培养下属能力;沟通协调能力;人际关系能力	沟通协调能力:合理规划时间、调动资源,保证工作按时按质按量完成	一定的阅读爱好或文学素养
4	控制能力:指导与监控能力;绩效管理能力	解决问题的能力:工作中能够预见问题,并积极寻找解决问题的办法,克服各种困难,保证目标的达成	
参考信息	职务、职称、年龄、组织阅读推广活动的年限、参加阅读推广人员培训活动次数;人员数量		

创新性。一是阅读推广活动的程序化程度。将活动中的启动、计划、执行、控制和结束过程具体化的程度,以及质量管理结合活动过程的程度。二是阅读推广活动中的技术性投入程度。为了达到目标,应该采取相应的技术措施,改变或创新活动程序,可以参考管理实践中的“业务流程重组”思路。值得注意的是,质量管理应该是基于用户满意度,必须从用户满意度的角度来改进或创新阅读推广活动的举办内容、方式。

第三,阅读推广活动的进度管理绩效。进度管理是检查活动进度计划的执行情况,若发现实际执行情况与计划进度不一致,就及时分析原因,并采取必要的措施对原活动进度计划进行调整或修正,或找出活动进度管理中的薄弱环节,总结经验和教训^[18-19]。阅读推广活动的进度管理绩效主要包括:进度目标和计划的一致性、计划调整或修正的及时性、经验教训总结的合理性等。

阅读推广活动的开展过程因素的绩效评价要素如表2所示。

5 阅读推广活动的综合管理因素

在阅读推广活动的管理绩效分析中,除了组织者素质和开展过程因素外,还有一些因素要考

虑,如:活动的制度化情况、活动审批的合规性、活动监管的实施情况、活动文档管理的情况。

制度化方面,包括:(1)阅读推广活动是否有文件批准,属于哪个层面(单位或部门)。如对于高校而言,这个文件是学校层面的,还是图书馆层面的。根据河南省高校图书情报工作委员会2018年的一项统计数据,截止到2018年5月,河南省至少有21所高校的读书节活动是以校级红头文件或规章制度下发,至少有18所高校的读书节活动是以图书馆级文件或规章制度下发^[20]。(2)活动的经费是否列入预算,属于哪个层面(单位或部门)。如有的读书节预算是学校下拨专项经费,有的是从图书馆活动经费中预拨。(3)有没有专门的阅读推广组织或机构。有的高校阅读推广活动成立了专门的读书节组委会,如中原工学院、郑州大学西亚斯学院;有的在图书馆成立阅读推广部,如河南财经政法大学;或大学生活动办公室专门具体开展阅读推广活动,如郑州大学;有的是图书馆的某一个部门,如办公室或信息技术部或服务部来兼做阅读推广活动。(4)是否有专人负责阅读推广活动。(5)是否有特定的志愿者组织参与。

活动审批的合规性,包括:(1)是否有一套活动审批程序,以什么样的形式呈现,如文件、规章

表2 阅读推广活动开展过程因素的绩效评价要素

		阅读推广活动开展过程				
绩效 \\ 过程	启动过程:编写活 动计划,得到批准, 人财物等基本条件 具备	计划过程:确定活 动方案,活动对象 确定	执行过程:召开协 调会,人财物到位, 宣传、环境、用户 到位	控制过程:分工负 责,有沟通、协调行 为,有临时或紧急 措施	结束过程:产生结果, 总 结材料及其保存,问卷 等后续工作	
成本 管理 绩效	对活动计划及方案的理解分析; 预算编制的及时性和有效性; 造价管理的及时性和有效性		经费支出过程的有效性; 经费支出材料的有效性和完备性; 经费收入的有效性; 活动承办方的自我考核评价		活动结算的及时性和有效 性; 被否决的活动	
质量 管理 绩效	基于目标实现的质量保证措施; 基于技术的业务流程重组能力; 基于用户满意度的活动质量改进措施					
进度 管理 绩效	计划和方案的可操作性; 任务提醒的及时性; 活动推进中各关键性要素状态的告知; 影响进度的主要因素分析					

制度。(2)活动经费审批是否严谨,是否专款专用,还是从业务经费里随意支取。

活动监管的实施情况。管理者、执行者、参与者是否按要求全程或部分参与活动,是否有用户参与活动的评价或反馈,管理者对于活动是否有反馈或总结。

活动文档的编写与管理情况。是否有相应的活动文档,如计划、方案、新闻报道、总结、问卷调查、音视频等,以及这些文档的管理情况。

阅读推广活动的综合管理因素的绩效评价要素分析如表3所示。

表3 阅读推广活动综合管理因素的绩效评价要素

序号	指标	内容
1	制度化	活动文件及其层次; 活动经费及其专项情况; 活动组织机构及其层次; 活动组织人员及其专兼职情况; 活动的志愿者情况
2	审批的合规性	审批程序; 活动经费审批情况
3	活动监管的实施情况	组织者参与活动的程度; 用户参与活动的反馈或评价程序
4	文档的编写与管理	活动文档内容的全面化程度; 活动文档的数字化程度; 活动文档的长期保存程度

综上所述,阅读推广活动管理绩效评价要素及其内容如表4所示。

通过分析阅读推广活动的管理绩效评价要素,组织者的能力、开展过程因素、综合管理因素,

从而提出阅读推广活动管理绩效评价体系及其内容,共包括3个评价要素、10个二级分类、39个三级分类,对于阅读推广活动在管理方面的评价具有一定的参考作用。下一步的工作,采取实证

表4 阅读推广活动管理绩效评价要素及内容

评价要素	二级分类	三级分类
1 组织者的能力	1.1 管理者能力	1.1.1 计划能力;1.1.2 组织能力;1.1.3 领导能力;1.1.4 控制能力
	1.2 执行者能力	1.2.1 理解能力;1.2.2 计划能力;1.2.3 沟通协调能力;1.2.4 解决问题的能力
	1.3 参与者能力	1.3.1 配合工作的能力;1.3.2 完成工作的能力;1.3.3 一定的阅读爱好或文学素养
2 开展过程因素	2.1 成本管理绩效	2.1.1 对活动计划及方案的理解分析;2.1.2 预算编制的及时性和有效性;2.1.3 造价管理的及时性和有效性;2.1.4 经费支出过程的有效性;2.1.5 经费支出材料的有效性和完备性;2.1.6 经费收入的有效性;2.1.7 活动承办方的自我考核评价;2.1.8 活动结算的及时性和有效性;2.1.9 被否决的活动
	2.2 质量管理绩效	2.2.1 基于目标实现的质量保证措施;2.2.2 基于技术的业务流程重组能力;2.2.3 基于用户满意度的活动质量改进措施
	2.3 进度管理绩效	2.3.1 计划和方案的可操作性;2.3.2 任务提醒的及时性;2.3.3 活动推进中各关键性要素的状态的告知;2.3.4 影响进度的主要因素的分析
3 综合管理因素	3.1 活动的制度化	3.1.1 活动文件及其层次;3.1.2 活动经费及其专项情况;3.1.3 活动组织机构及其层次;3.1.4 活动组织人员及其专兼职情况;3.1.5 活动的志愿者情况
	3.2 活动审批的合规性	3.2.1 审批程序;3.2.2 活动经费审批情况
	3.3 活动监管的实施情况	3.3.1 组织者参与活动的程度;3.3.2 用户参与活动的反馈或评价程序
	3.4 活动文档的管理情况	3.4.1 活动文档内容的全面化程度;3.4.2 活动文档的数字化程度;3.4.3 活动文档的长期保存程度

方法,简化或补充管理绩效的评价要素和内容的三级分类,利用层次分析法和德尔菲法等方法,从管理绩效评价的要素和内容中提取出阅读推广活动管理绩效的主要评价指标。

参考文献

- 国家新闻出版广电总局关于《全民阅读促进条例》(征求意见稿)公开征求意见的通知 [EB/OL].[2018-05-21]. <http://www.gapp.gov.cn/news/1663/274862.shtml>.
- 朱衍强,郑方辉.公共项目绩效评价 [M].北京:中国经济出版社,2009:133-169.
- 韩怡华.不同阅读推广主体的活动效用研究——以2016年市民文化节阅读推广人评选为例[J].图书馆杂志,2017(4): 35-39, 31.
- 田稷,杨柳.公共文化服务视角下全民阅读科技服务能力模型及内容体系构建[J].图书馆,2018(8): 32-35.
- 陈嘉慧.基于众筹理论的高校图书馆阅读推广路径探讨 [J].图书馆工作与研究, 2018 (3): 106-110.
- 洪伟达,马海群.图书馆阅读推广规范研究 [J].图书情报知识,2018(1):36-43.
- 周林仙,傅文奇.高校图书馆电子书阅读推广绩效评价指标研究[J].图书馆,2018(1): 70-73,80.
- 张毅红.阅读推广项目化团队管理的理论应用与实现途径——以上海市青浦区“小青团@清阅朴读”为例 [J].图书馆建设, 2017 (4): 57-61.
- 许天才,等.高校图书馆阅读推广评价机制的研究[J].图书情报工作, 2016(17): 47-52.
- 卢苗苗,方向明.高校图书馆阅读推广活动绩效评估指标体系构建研究[J].图书馆建设, 2015(11): 34-37.
- 盛运华,赵宏中.绩效管理作用及绩效考核体系研究[J].武汉理工大学学报, 2002(2): 90

《2018年阅读行业“两微一端”运营报告》发布

2019年1月11日,中国新闻出版研究院发布《2018年阅读行业“两微一端”运营报告》。报告显示,阅读行业在2018年:

- 微信活跃公众号1459个,推送文章总数70.3万篇,阅读总量59亿人次,点赞总数7702.1万人次,平均单篇阅读量为8458人次,单篇点赞量为110人次,热门微信文章多为社会万象、恋爱婚姻和人生感悟。
- 微博活跃账号889个,其中15个优质账号共发博7000余条,占博文总量的28.2%,热门微博文章多为心灵鸡汤和社会热点事件。
- “图书馆类微信公众号排行榜”有207个公众号上榜,杂书馆、厦门市图书馆、法律图书馆分列前三名。
- 297个阅读行业客户端总下载量136亿人次,平均单个下载量近4588万人次,是2017年的9倍,“开卷有益”“喜马拉雅FM”“书旗小说”分列前三名。

资料来源

- 1 2018新闻出版业互联网报告:“双11”图书销售增长放缓[EB/OL].[2019-01-17].https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_2856450.
- 2 第十二届新闻出版业互联网大会在京召开[EB/OL].[2019-01-17].<http://media.people.com.cn/1/2019/0113/c40606-30524317.html>.

(国家图书馆研究院 提供)

-
- 91, 98.
- 12 中原工学院图书馆.关于举办中原工学院第八届读书节闭幕式暨第九届读书节启动仪式的通知[EB/OL].[2018-06-22].<http://www.zut.edu.cn/info/1043/19088.htm>.
 - 13 温兴琦.现代管理者技能与艺术[M].武汉:武汉大学出版社,2015;17.
 - 14 杨旭东.解读壳牌[M].北京:石油工业出版社,2013;200-201.
 - 15 劳拉·斯塔克.执行力核心 执行力是一种策略[M].王笑盈,译.北京:金城出版社,2015;18-22.
 - 16 李彤,王运浦.研究性学习[M].北京:中国林业出版社,2015;207-208.
 - 17 苏自力.平衡计分卡和作业成本法在高科技企业的应用[M].成都:西南交通大学出版社,2015;134-139.
 - 18 杨思远.现代项目管理[M].北京:冶金工业出版社,2009;140.
 - 19 党耀国,等.投资项目评价[M].北京:电子工业出版社,2015;255.
 - 20 岳修志.河南省高校阅读推广活动现状及其提升策略[J].河南图书馆学刊,2018(12):2-5.

(岳修志 研究馆员 中原工学院图书馆馆长)

收稿日期:2018-07-31