

<<出版专业实务>>

图书基本信息

书名：<<出版专业实务>>

13位ISBN编号：9787532634125

10位ISBN编号：7532634124

出版时间：2011-5

出版时间：上海辞书出版社

作者：全国出版专业职业资格考试办公室 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>

<<出版专业实务>>

内容概要

《出版专业实务:中级(2011年版)》是全国出版专业资格考试的辅导教材之一，主要讲述出版专业理论在实际工作中的实际应用，强调规范性操作，体现出版工作的“应会”要求。主要内容有出版物选题策划，图书编辑，期刊的出版，书刊整体设计，书刊校对业务，书刊的印制，音像制品的出版，电子出版物的出版，出版物的成本与定价及著作权贸易与国际出版合作等。

书籍目录

序第一章 出版物选题策划第一节 选题策划概述一、选题策划的概念二、选题策划的基本步骤第二节 选题策划的内容一、选题的内容和形式二、实施方案三、营销方案四、成本预测与定价估计第三节 选题立项一、选题的申报二、选题的论证三、立项选题的管理四、选题的优化第四节 选题计划一、选题计划的内容与类型二、选题计划的结构三、选题计划的特点四、选题计划的制订与调整第五节 组稿一、组稿的方式二、组稿的步骤三、组稿的落实第二章 图书编辑第一节 审稿与签订出版合同一、审稿制度二、外审三、稿件质量评价四、审稿结论及稿件处理五、签订出版合同第二节 编辑加工整理及其后续工作一、编辑加工整理与审稿的关系二、编辑加工整理的内容三、审定发稿四、发稿后的编辑工作第三节 图书辅文一、图书辅文的作用二、图书辅文的种类三、编辑与图书辅文第四节 图书重印与再版一、重印和再版的概念及意义二、重印和再版的条件三、重印和再版的程序四、重版率第三章 期刊出版第一节 期刊概述一、期刊的定义和构成要素二、期刊的媒体特点第二节 国家关于期刊的管理规定一、关于创办期刊的规定二、关于期刊发行范围的规定.....第四章 书刊整体设计第五章 书刊校对第六章 书刊印制第七章 音像制品出版第八章 电子出版物出版第九章 互联网出版第十章 出版物的成本与定价第十一章 著作权贸易与国际出版合作参考文献后记

章节摘录

版权页：插图：（二）主题与名称主题的设计是指选择该未来图书中需要为读者提供什么样的知识和思想文化等方面的信息。

设计图书的主题时，首先要在对读者状况、出版物市场状况分析的基础上，将读者群体进行细分，研究特定群体读者的需求，分析其中有哪些需求是目前的出版物市场还没能够提供相应产品或者虽有产品但尚未充分满足的。

然后，根据本出版单位的业务范围，确定未来图书的主题方向，即主要向读者提供哪个方面的信息，使图书具有哪些社会价值。

确定图书的主题方向，可以说是对图书的“定性”。

然而，仅仅定性是不够的，还要“定量”，即对提供的信息数量予以大致确定。

某个学科或领域中的信息往往是大量的，如果将它们无论巨细地都纳入一种图书中，就会使图书篇幅庞大、售价昂贵，得不到特定读者群体的欢迎。

这是因为读者对某学科或领域中信息的需求是有一定层次的，或对其中某些信息的需求程度很高，或对某些信息的需求程度很低，甚至并不需要。

如果一种图书中包含了大量并不是读者所迫切需要的信息，还要求读者为获取这些信息支付货币，那么，读者肯定会采取拒绝的态度。

所以，在确定图书的主题方向后，就要对相应学科或领域内的信息内容进行梳理，明确其中哪些内容是为目标读者群体所需要的，从而将其纳入未来图书的内容范围。

这是对信息数量的初步界定，其总量可能还是相当大的。

因此，接下来还需要结合本出版单位的人力、物力、财力情况，对初步纳入的信息内容根据读者需求的程度高低再作调整，保留需求程度最高的信息，适当减缩需求程度相对较低的信息，略去需求程度很低的信息。

完成了这些设计后，未来图书的主题内容才基本形成。

<<出版专业实务>>

编辑推荐

《出版专业实务:中级(2011年版)》是全国出版专业资格考试辅导教材之一。

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>