

<<文化创意策划学>>

图书基本信息

书名：<<文化创意策划学>>

13位ISBN编号：9787561159330

10位ISBN编号：7561159331

出版时间：2010-12

出版时间：大连理工大学出版社

作者：吴廷玉

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>

<<文化创意策划学>>

内容概要

随着文化经济的兴起和创意时代的到来，文化创意策划越来越受到经济社会和教育界的重视。本书对文化创意策划的基本原理、思维方式、运作程序及技术路径等，进行了理论联系实际/system阐述。

既具有较高的学术价值，也具有较强的实用价值。

本书适用于高等院校文化产业、文化管理、文化市场营销以及广告、旅游等专业学生，也可以作为创意界、策划界以及文化传播公司、文化开发公司的培训参考资料。

<<文化创意策划学>>

书籍目录

引论 走进文化创意策划的新时代

- 一、人类社会已进入创意经济时代
- 二、创意经济的内涵
- 三、创意经济的优势和特点

第一章 审视文化

第一节 文化的含义

- 一、文化概念的简要梳理及其对文化创意策划的重要启示
- 二、文化含义的滑动性与文化创意策划的广域性
- 三、周易关于文化的观点及其对文化创意策划的启示

第二节 文化的特性

- 一、文化的后天习得性与文化创意策划的塑造性
- 二、文化的下渗性与文化创意策划的名人效应
- 三、文化的居间性与文化创意策划的框架效应
- 四、文化的特征性与文化创意策划的原创性

第三节 文化力与文化时代

- 一、文化力的概念
- 二、文化力的特征及表现形式
- 三、文化力的巨大作用

第二章 反思策划

第一节 策划的兴起及公众形象

- 一、中国现代策划业的兴起
- 二、策划的公众形象
- 三、中国策划业存在的不良风气

第二节 中国谋略文化与策划

- 一、策划与谋略
- 二、中国谋略文化的性质与现代策划谋略的原则及禁忌

第三节 现代科学策划学

- 一、国际视野中的策划
- 二、国内策划界论策划
- 三、与策划相近的术语辨析
- 四、对策划的科学界定

第四节 策划的分类

- 一、对应于社会结构的分类
- 二、对应于行业的分类
- 三、其他分类

第三章 认识文化创意策划

第一节 文化创意的性质与类型

- 一、关于创意的界说
- 二、创意、创新、创造辨析
- 三、文化创意的类型及生成规律

第二节 文化策划的含义与品格

- 一、文化策划的含义
- 二、文化策划的品格

第三节 文化策划的特性

- 一、构想性与实效性的统一

<<文化创意策划学>>

二、前瞻性与现实性的统一

三、功利性与社会性的统一

第四节 文化创意策划的三维分析

一、文化的三个维度及多维比较

二、文化创意策划的三种流行方式

第四章 文化创意产业与文化创意策划

第一节 文化创意产业发展的必然性及概念的提出

一、文化与经济社会的一体化

二、文化创意产业概念的提出

第二节 文化创意产业的涵义及特性

一、文化创意产业涵义的复杂性

二、关于文化产业的种种界定

三、文化创意产业的特性

第三节 西方马克思主义反对文化产业化的启示

一、复制的欢畅取代独创的寂寞

二、技术的好玩取代艺术的情性

三、市场的君临取代精神的独立

四、平庸的狂欢取代高雅的鉴赏

.....

第五章 文化市场与文化创意策划

第六章 文化创意策划的法则与策略

第七章 创意思维的规律与运行方式

第八章 文化创意策划的运用技巧

第九章 文化创意策划的主要业态及文案制作

第十章 文化创意策划人才的特征与培育

参考文献

后记

<<文化创意策划学>>

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>