<<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的系统阐述。

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
 - L、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