

<<现代出版选题学引论>>

图书基本信息

书名：<<现代出版选题学引论>>

13位ISBN编号：9787810904780

10位ISBN编号：7810904787

出版时间：2005-6

出版时间：苏州大学出版社

作者：苗遂奇

页数：307

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>

## <<现代出版选题学引论>>

### 内容概要

本书由绪论；策划与组织出版选题的动因；出版选题与文化选择；市场逻辑与出版选题的文化选择；知识经济条件下的选题策划与思维创新；出版选题及其策划的组织与管理；类型出版选题的组织与策划；畅销书的组织与策划；选题决策与决策失误分析等九章内容组成。

这是一本从文化的人文视野来探讨和研究图书出版选题的孕育、策划和形成过程的书。

其核心议题是：出版选题的文化本质是什么？

出版选题是如何孕育、生成的？

出版人在出版选题的策划形成过程中起什么作用？

出版选题对出版产业的发展有哪些决定性影响？这些问题已经成为包括图书出版界在内的所有关注出版文化传播的人们所共同关心的问题。

本书企盼它能够给人们带来一些真切而独到的见解。

出版选题是出版工作的第一步，既是整个编辑出版工作的基础，又是统帅整个编辑出版工作的灵魂。

在市场经济条件下，选题竞争愈来愈激烈，选题的策划与组织成为出版企业的核心竞争力之一。

出版人凭借一个个富有特色的选题策划，构筑着理想中的人类精神文化大厦，传衍着人类精神文明的基因，启迪着人类精神智慧的生成，同时也为社会经济发展描绘着绚丽的图案，从而形成特有的社会文化现象。

对这种现象进行研究，实际上是对人类利用编辑出版的手段进行文化传播和文化交流的宏观战略的研究，因而具有十分重要的理论意义和现实意义。

## <<现代出版选题学引论>>

### 书籍目录

引言第一章 绪论 第一节 出版选题概念诠释 第二节 出版选题的策划与组织：现代出版流程中的宏观编辑业务 第三节 出版选题学：人文视野中的跨学科应用课题研究 本章小结第二章 策划与组织出版选题的动因 第一节 信息社会、知识经济时代的必然趋势 第二节 现代出版产业运作的内在要求 第三节 切合读者接受心理的传播需求 本章小结第三章 出版选题与文化选择 第一节 出版选题是建立在出版价值选择基础上的文化选择 第二节 文化冲突与文化整合中的出版选题建构 第三节 文化传播与文化控制中的出版选题思路 本章小结第四章 市场逻辑与出版选题的文化选择 第一节 市场逻辑与出版选题资源的资本转换 第二节 当代中国的文化发展格局与出版选题的文化走向 第三节 市场功能的局限性与出版文化选择的超越性 本章小结第五章 知识经济条件下的选题策划与思维创新 第一节 知识经济的本质特征与出版选题策划的宗旨 第二节 选题策划作为创造性思维劳动的过程和特点 第三节 选题策划中运用创造性思维的基本模式 本章小结第六章 出版选题及其策划的组织与管理第七章 类型出版选题的组织与策划第八章 畅销书的组织与策划第九章 选题决策与决策失误分析结语主要参考文献后记

<<现代出版选题学引论>>

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>