

<<出版学基础研究>>

图书基本信息

书名：<<出版学基础研究>>

13位ISBN编号：9787203053699

10位ISBN编号：7203053695

出版时间：2005-12

出版时间：山西人民出版社发行部

作者：罗紫初

页数：388

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>

<<出版学基础研究>>

前言

《出版学基础研究》是一本配合普通高等教育“十五”国家级规划教材《出版学基础》学习的参考书，可供高等学校编辑出版学专业师生和编辑、出版、发行实践工作者学习、参考。

全书内容按照学习和研究出版学基础理论的实际需要分为七个部分，由多位作者分别编撰完成。

作者的具体分工如下：“观点集粹”部分，由吴贻、代杨、黄阿妮、严尚君等同志编撰，其中吴贻编撰的部分为：出版与出版物的概念，出版学的研究对象与内容，出版学的学科性质与学科体系，出版学的研究方法，出版物的属性，我国出版工作的性质、方针与功能，我国出版业的宏观调控与管理；代杨编撰的部分为：出版资源的构成，出版资源的优化配置与开发，出版物生产的特点，出版物生产的一般过程，出版物生产成本及其控制，出版物的定价；黄阿妮编撰的部分为：出版物市场构成及现状与发展，出版物市场需求及其基本特征，影响出版物市场需求的因素，出版物宣传与信息流通，出版物的商品交易过程，出版物的物流组织过程，出版物流通制度，出版物流通渠道；严尚君编撰的部分为：出版工作者的基本素质，出版教育与培训，新社会环境下的出版业，出版业的发展趋势。

“术语精要”部分，由严尚君同志编撰。

“习题解答”部分，由代杨同志编撰。

“案例实证”部分，由唐小兵、刘星、陶莉同志撰写。

其中，《中信出版社的版权资源开发和利用》由陶莉撰写，《畅销书（不过如此）的出版运作》由刘星撰写。其他6篇由唐小兵撰写。

“论文索引”与“论著推介”两部分，由周霞同志编撰。

“模拟试题”部分，由罗紫初同志编撰。

全书由罗紫初同志审定与统稿，吴贻和马北海同志协助审稿。

<<出版学基础研究>>

内容概要

本书是一本配合普通高等教育“十五”国家级规划教材《出版学基础》学习的参考书，可供高等学校编辑出版学专业师生和编辑、出版、发行实践工作者学习、参考。

全书内容按照学习和研究出版学基础理论的实际需要分为七个部分，由多位作者分别编撰完成。

<<出版学基础研究>>

书籍目录

前言一、观点集粹 出版与出版物的概念 出版学的研究对象与内容 出版学的学科性质与学科体系 出版学的研究方法 出版物的属性 我国出版工作的性质、方针与功能 我国出版业的宏观调控与管理 出版资源的构成 出版资源的优化配置与开发 出版物生产的特点 出版物生产的一般过程 出版物生产成本及其控制 出版物的定价 出版物市场的构成及现状与发展 出版物市场需求及其基本特征 影响出版物市场需求的因素 出版物宣传与信息流通 出版物的商品交易过程 出版物的物流组织过程 出版物流通制度 出版物流通渠道 出版工作者的基本素质 出版教育与培训 新社会环境下的出版业 出版业的发展趋势二、术语精要 出版与出版学 我国的出版业和出版系统 出版工作的性质、方针与作用 出版资源及其配置 出版物生产活动的组织 出版物市场及其需求 出版物流通活动的组织 出版教育与人才培养 我国出版业的未来发展三、习题解答 出版与出版学 我国的出版业和出版系统 出版工作的性质、方针与作用 出版资源及其配置 出版物生产活动的组织 出版物市场及其需求 出版物流通活动的组织 出版教育与人才培养 我国出版业的未来发展四、案例实证 案例1 长江文艺出版社的改革与内涵式发展 案例2 《学王一拖三》品牌及其教学理念的策划 案例3 畅销书《不过如此》的出版运作 案例4 中信出版社版权资源开发和利用的案例分析 案例5 四川新华书店集团的改制实践 案例6 云南新华书店集团的股份制改革 案例7 日本图书出版业的流通体制 案例8 亚马逊网上书店的营销策略五、论文索引 出版与出版学 出版业和出版系统 出版工作的性质、方针与作用 出版资源及其配置 出版物生产活动的组织 出版物市场及其需求 出版物流通活动的组织 出版教育与人才培养 出版业的发展趋势六、论著推介 出版学研究专著推介 出版学研究文集推介七、模拟试题 模拟试题一 模拟试题二 模拟试题三

<<出版学基础研究>>

章节摘录

《实话实说》是一档每周都和观众见面的全国热门节目，崔永元作为其前任主持人，受到全国人民的喜爱，社会上不乏他的忠实“节目迷”，因此该书受众潜力相当大，投放市场后会有一定的市场反应。

同时，20岁左右的青年人对成功的渴求很强烈，喜欢看成功人士的自传，又有追捧偶像的倾向，按照金丽红的说法，崔永元的“口才特别好，看的书非常多，知识面非常宽，很受年轻读者欢迎”，他的书刚好迎合了年轻人的阅读需求。

有需求就有市场，一旦他的书推向市场，很容易激起青年人的购买欲望，所以20岁左右的青年人是这本书的主要目标读者。

另外，受作者知名度的影响，该书上市后将在一定程度上成为整个社会的话题，而社会关注是所谓注意力经济的源泉，只要书籍内容好，就不愁没有销路。

2.出版过程作者的号召力再大，如果书籍内容一般也不能真正打动读者掏钱购买，所以运作畅销书并不能一味依赖于某些畅销因素，比如作者知名度等等，而必须从根本上提高书的品质，从内容到形式上尽可能地提高该书的价值，使读者觉得物有所值，从而欣然购买。

(1) 约稿过程。

华艺出版社最重要的出版标准是内容。

他们从是否具备阅历和写作能力两个方面去寻找作者。

崔永元的《实话实说》一开播，他就引起了金丽红的注意：“我认为他表现的幽默不是简单的耍贫嘴，是一种能力，是需要长期的知识积累的，我认为崔永元的幽默能够变成文章来表述。

”于是开始尝试了解他的写作能力，在约他给陆幼青《生命的留言》写序之后，金丽红感到他的文字水平不错，于是主动找到崔永元，邀请他出书。

但刚开始崔永元并没有出书的打算，金丽红为了说服他，一连跑了30趟，打了几十个电话。

“并且每次上门，都专捡北京刮沙尘暴的日子，风尘仆仆。

一见面就会递上一本新书，轻描淡写地说，你看，人家谁谁谁，又弄一本。

那口气，就像说有人吃了一碗干饭。

”约稿3年后，崔永元终于答应写书，因为“老金、黎波两位编辑30次以上的谈话，让我觉得不写就没法做人”。

(2) 创作过程。

崔永元写书是在与出版社的不断沟通中完成的。

出版社对他的初稿提出了不少意见，因为崔永元尽管也在传媒界工作，但对写书不是很清楚，出版社必须和他共同完成前期的创作。

<<出版学基础研究>>

编辑推荐

《出版学基础研究(普通高等教育十五国家级规划教材出版学基础配套用书)》是由罗紫初所编著，山西人民出版社出版发行的。

<<出版学基础研究>>

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>