

<<文化产业创意与策划>>

图书基本信息

书名：<<文化产业创意与策划>>

13位ISBN编号：9787309060119

10位ISBN编号：7309060113

出版时间：2008-6

出版时间：复旦大学出版社

作者：严三九,王虎

页数：297

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>

<<文化产业创意与策划>>

内容概要

《文化产业创意与策划》是国内第一本系统论述文化产业创意与策划的教材。

本书分两大部分：第一章至第五章对文化产业各个环节——文化产业基本理论、文化产业市场、文化产品、文化品牌、文化市场流通渠道的创意和策划作了规律性的阐述；第六章至第十二章对主要的文化产业类型——纸质传媒、影视、网络、动漫、广告、休闲、会展等七类文化产业的创意和策划给出了细致深入的分析介绍。

本书结构完整、内容丰富，适合于高校新闻传播、文化经济与管理以及相关专业的基础课程。

<<文化产业创意与策划>>

作者简介

严二九，男，生于1965年7月，毕业于复旦大学新闻学院，获新闻学博士学位，现为华东师范大学传播学院院长，教授，博士生导师；教育部新闻学科教学指导委员会委员，上海市“曙光学者”，教育部“新世纪优秀人才”。

并兼任中国传播学会常务理事，中国广播电视学会常务理事，中国电视家协会主持人委员会常委等职。

一直从事新闻传播学、文化产业方面的教学、研究和实践工作，出版著作（含合著）8部，发表论文50多篇，撰写100多万字的新闻稿件，承担、完成省部级以上项目5项，获得省部级以上奖励3项。

<<文化产业创意与策划>>

书籍目录

第一章 文化产业创意与策划概述 第一节 文化产业创意的含义 第二节 文化产业创意的思维特点
第三节 文化产业策划的特征与功能 第四节 文化产业策划的原则 第五节 文化产业策划的程序
第二章 文化产业市场策略的创意与策划 第一节 文化产业的市场消费特征 第二节 文化市场的细分
与定位 第三节 文化产业市场策略的设计第三章 文化产品的创意与策划 第一节 文化产品的含义
第二节 文化产品的设计导向 第三节 文化产品包装的创意与策划 第四节 文化产品组合的创意
与策划 第五节 文化产品的价格策划第四章 文化品牌的创意与策划 第一节 文化品牌的含义 第
二节 文化品牌的价值与功能 第三节 文化品牌的生命周期 第四节 文化品牌策划的途径与要求第
五章 文化市场流通渠道的创意与策划 第一节 文化市场流通渠道的含义 第二节 文化市场流通渠道
的类型 第三节 文化市场流通渠道的策略选择第六章 纸质传媒产业的创意与策划 第一节 纸质传媒
产业创意的特点 第二节 纸质传媒产业策划的原则 第三节 报业的创意与策划 第四节 期刊业的
创意与策划 第五节 出版业的创意与策划第七章 影视文化产业的创意与策划 第一节 影视文化产业
创意的特点 第二节 影视文化产业策划的原则 第三节 电影产业的创意与策划 第四节 电视产业的
创意与策划第八章 网络文化产业的创意与策划 第一节 网络文化产业创意的特点 第二节 网络文化
产业策划的原则 第三节 网络游戏产业的创意与策划 第四节 网络时尚文化产业的创意与策划第九
章 动漫产业的创意与策划 第一节 动漫产业创意的特点 第二节 动漫产业策划的原则 第三节 动
漫产业的策划方法第十章 广告产业的创意与策划 第一节 广告创意的特点 第二节 广告策划的
原则 第三节 传统媒体广告的创意与策划 第四节 新媒体广告的创意与策划第十一章 休闲文化产
业的创意与策划 第一节 休闲文化产业创意的特点 第二节 休闲文化产业策划的原则 第三节
文化旅游业的创意与策划 第四节 演出娱乐业的创意与策划第十二章 会展产业的创意与策划 第一
节 会展产业概述 第二节 会展创意的特点 第三节 会展策划的原则 第四节 会展活动的策划参考
文献后 记

<<文化产业创意与策划>>

章节摘录

第一章 文化产业创意与策划概述文化产业的快速发展和激烈竞争，促使人们比过去更加重视创意和策划。

文化产业创意不仅体现在文化产品设计方面的灵感和创造力，更重要的是对本民族文化资源利用的巧思新意，从而以文化创意来激发全民族的文化创造力。

而文化产业策划是文化产业市场化运作中极为重要的前期工作，策划的好坏直接关系到文化企业能否真正把握市场机会、规避投资风险、取得理想的经济效益和文化传播效果。

如果说文化产业创意注重意象的关联和重组，强调创新思维和瞬间的灵感凸现，那么文化产业策划则更注重严谨、敏锐的思维触角。

强调逻辑思维和整体感觉。

文化产业的创意与策划共同铸就了文化产业的灵魂，它们贯穿于文化产业发展的全过程，包括文化项目的开发、文化活动的构想、文化产品的设计，以及文化内容、文化服务、文化产业经营方式的创新等等。

如果缺乏优秀的创意和策划，文化产业的市场战略就难以体现，文化产品也只能沦为让消费者忽略甚至厌恶的空架子。

在今天的文化产业领域，各种创意和策划异彩纷呈、各具特色，但从总体上观察又具有一些共同特点，把握这些特点和规律是保障文化产业顺利运作的基础，也是文化产业从业者的基本素质要求。

本章主要介绍文化产业创意与策划的系统理论问题，在分析文化产业创意的内涵及其思维方法的基础上，重点探讨文化产业策划的原则和途径。

<<文化产业创意与策划>>

后记

文化产业的快速发展和激烈竞争，促使人们比过去更加重视创意和策划。

国内外文化产业发展的实践表明，文化产业创意与策划已经成为文化产业发展的先导，成为保持文化产业发展活力的保证。

文化产业创意不仅体现在对文化产品设计方面的灵感和创造力，更重要的是对本民族文化资源利用的巧思新意，以文化创意来激发全民族的文化创造力；文化产业策划是文化产业市场化运作中极为重要的前期工作，策划的好坏，直接关系到文化企业能否真正把握市场机会、规避投资风险、取得理想的经济效益和文化传播效果。

因此，文化产业的创意与策划要贯穿于文化产业发展的全过程，包括文化项目的开发、文化活动的构想、文化产品的设计，也包括文化内容、文化服务、文化产业经营方式的创新等。

在今天的文化产业领域，成功的创意和策划各呈异彩，各具特色，同时总体上又具有一些共同特点，把握这些特点和规律是保障文化产业顺利运作的基础，也是文化产业从业者的基本素质要求。

文化产业创意与策划是一门实践性很强的新兴学科，认真学习这方面的知识和理论，对于认识我国文化产业创意与策划领域的现状，借鉴国内外文化产业创意与策划的经验和方法，总结当前文化产业运作的得失，制定文化产业发展的市场战略规划和具体运作策略，增强文化产业主体在信息传播和产品营销方面的竞争力，有效地实现文化产业的市场经济效益和社会效益，提高文化产业经营者的综合素质，都具有重要的理论意义和现实意义。

正是基于这一认识，我们经过两年的努力，终于完成这本书的撰写工作。

本书吸取了不少专家、学者在这方面的最新的研究成果，在此，向他们表示衷心的感谢！

感谢复旦大学出版社的领导和编辑，特别是章永宏老师，他们为本书的出版做了许多卓有成效的工作；在撰写过程中，还得到了华东师范大学继续教育学院孙院长和俞老师、传播学院党总支书记徐静华的支持和帮助，在此，向这些领导和老师致以深深的谢意！

参加本书撰写工作的成员主要是华东师范大学传播学院教师、研究生和山东师范大学传播学院青年教师。

他们各自的分工是：严三九负责组织撰写工作，对全书稿件进行修改；

<<文化产业创意与策划>>

编辑推荐

《文化产业创意与策划》结构完整、内容丰富，适合于高校新闻传播、文化经济与管理以及相关专业的基础课程。

<<文化产业创意与策划>>

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>