

<<文化经纪人>>

图书基本信息

书名：<<文化经纪人>>

13位ISBN编号：9787501713837

10位ISBN编号：7501713839

出版时间：2006-2

出版时间：中国经济出版社

作者：汪京

页数：365

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>

## <<文化经纪人>>

### 内容概要

《文化经纪人》作者汪京，丛书编者的着意所在，21世纪，即要注重前瞻性，体现当代经纪人成功经验，顺应新世纪国际经纪业前进趋势；中国经纪人，即要注重本土性，切合中国各业经纪人发展程度和提高从业素质的需要；实用，即要注重实用性，提供市场运作和权益维护等可资借鉴的业务实践知识；丛书，即要注重系统性，既要先行按各业各类经纪人应知应会的基本知识、基本技能分册出版，尔后将陆续推出介绍国内外著名经纪人创业历程、致富之道、成功案例的读物，并将筹划编撰有助于经纪人开拓视野、增长知识、提高修养的专著，从而形成总体系列，而每册又不拘一格，自成体系。

## <<文化经纪人>>

### 作者简介

汪京，中国经济出版社编辑，中国国际经济技术法律人才学会常务副秘书长，《经纪人》杂志社社务委员会副主任，北京大学中国信用研究中心、《信用中国》常务理事。曾参与"中国10大男高音歌唱家演唱会"、"和平之春"、"中国古典吉他音乐会"等演出节目的组织工作；担任过中央电视台"经济半小时"影视节目的摄制工作；策划和组织《CIS-现代企业形象策划》《学习型企业文化》《体育经纪人》《OEC管理中国式执行》等全国性的教育培训工作。

## &lt;&lt;文化经纪人&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章：文化经纪人绪论第一节文化与文化市场一、文化二、文化市场三、文化商品四、文化产业第二节文化经纪人的概念一、文化经纪人的概念二、文化经纪人的分类第三节文化经纪人的作用一、文化经纪人的产生原因二、文化经纪人的作用第四节文化经纪人的职能一、文化经纪人的职能二、文化经纪人的素质第五节文化经纪人的权利与义务一、文化经纪人的权利二、文化经纪人的义务第二章：文化经纪人的管理第一节文化经纪人制度的建立一、市场发展需要规范文化经纪人行为二、建立文化经纪人制度的原则第二节文化经纪人的执业核准一、文化经纪人应具备的条件二、有关法规要求的条件三、文化经纪人资格证书的核发第三节文化经纪人及组织的注册管理一、文化经纪人的注册制度二、文化经纪组织的注册条件三、注册管理的其他制度第四节文化经纪人的管理形式一、文化经纪人的法律管理二、文化经纪人的道德管理三、文化经纪人的行政管理四、文化经纪人的行业管理五、文化经纪人的企业管理第五节国际文化经纪人管理一、国外文化经纪人协会简介二、国外文化经纪人协会的功能第三章：文化经纪人的活动内容与策略第一节文化经纪人活动内容一、文化经纪活动的主要内容二、文化经纪人的活动程序第二节文化经纪人的活动策略一、谈判中的信息策略二、维护自己利益的策略三、赢得谈判的技巧四、处理危机的策略第三节文化经纪人的活动方式一、联手文化经纪活动二、文化经纪公司的活动方式第四节文化经纪合同一、文化经纪合同的作用二、文化经纪合同的种类三、文化经纪合同的内容四、文化经纪合同的订立五、文化经纪合同履行六、变更、解除或转让合同七、文化经纪合同的终止第五节文化经纪人的经纪收入一、佣金二、佣金的支付标准和支付方式第六节文化经纪人的业务技巧一、社会交往的技巧二、赠送礼品的技巧三、经纪业务技巧四、自我保护的技巧第四章：文化市场管理第一节文化市场的特点一、文化市场体系与现状二、文化消费的特点三、我国文化市场的发展目标第二节文化产业发展的基本规律一、文化产业与文化、时代的关系二、文化产业生产的原则三、文化消费的基本规律四、违背文化产业规律的管理行为第三节文化市场管理一、文化市场的性质二、文化市场的特征三、文化市场的功能与作用第四节文化市场管理一、文化市场管理的定义二、文化市场的运行机制及其评价三、文化市场的宏观调控第五章：文化市场营销理论第一节文化市场的定位一、文化市场细分二、文化市场细分的层次三、文化市场细分的程序四、文化市场细分的依据五、选择细分文化市场六、文化目标市场策略七、选择文化目标市场策略第二节文化市场竞争战略一、了解竞争对手二、选择竞争战略三、竞争的定位决策第三节文化产品策略一、定价方法二、定价策略三、价格变动和企业竞争对策四、文化产品经营策略第四节文化产品营销策略一、文化产品分销渠道策略二、文化产品促销策略第六章：出版经纪人第一节出版业的发展趋势一、文化出版市场概述二、电子出版物市场三、文化出版市场的现状四、我国书刊市场的现状和问题五、文化出版经纪人现状第二节出版经纪人运作程序一、出版经纪人的素质二、出版经纪人运作程序第七章：文物经纪人第一节文物市场的概念及分类一、文物的概念二、文物市场的分类三、文物市场的特征第二节文物市场概述一、字画市场二、古玩市场三、古钱币市场第三节文物经纪人素质一、文物知识二、文物市场的信息知识三、文物的估价技巧四、文物交易的程序五、文物交易注意事项六、国家有关文物管理的政策法规第八章：旅游经纪人第一节旅游市场现状一、旅游产业的发展二、旅游经纪人概念第二节旅游经纪人的素质一、旅游经纪资格认定二、旅行社的质量认证第九章：演出经纪人第一节演出经纪人资格认定一、演出经纪人认证制度二、认证程序三、演出经纪人的自律与行业管理第二节演出经纪人的素质一、遵纪守法二、遵守职业道德三、较强的经纪技能和素质四、健康的心理素质五、演出经纪人的专业素质

## <<文化经纪人>>

### 编辑推荐

21世纪是充满着机遇和挑战的世纪，世界经济全球化，中国加快市场经济建设，加入世界贸易组织，新生的中国经纪人在新世纪必须不断提高从业素质，才能把握机遇，参与国际竞争。

《文化经纪人》是《21世纪中国经纪人实用丛书》中的一册，系统论述了文化经济理论及文化经济实践，剖析文化经纪人经典案例，提高文化经纪人从业素质，指导文化经纪人诚信自律，促进文化经纪人规范展业，起到"传道、授业、解惑"的作用，可用、可读、可信。

<<文化经纪人>>

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>