

<<选题策划与案例分析>>

图书基本信息

书名：<<选题策划与案例分析>>

13位ISBN编号：9787207080882

10位ISBN编号：7207080883

出版时间：2009-1

出版时间：黑龙江人民出版社

作者：李文方

页数：300

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>

## <<选题策划与案例分析>>

### 内容概要

《选题策划与案例分析》以当代出版充分市场化为前提，阐述出版选题和选题策划的新理念。全面介绍选题策划理念的由来与发展，选题策划的过程与相关实务，选题策划过程中涉及的成本、投资与盈亏测算。

重点论述选题策划的创新思维，选题策划中市场营销策略的制订和被实践证明行之有效的策划方法与技巧。

《选题策划与案例分析》采用理论探索与实证分析相结合的阐释方法，涉及出版案例百余件，列单独篇章详细剖析《话说中国》《于丹 论语 心得》《做最好的自己》《时间简史》系列等超级畅销书策划营销案例，揭示了其成功的奥秘。

## &lt;&lt;选题策划与案例分析&gt;&gt;

## 书籍目录

导论一、当代出版与传统出版的区别1.“地域化”与自然封闭状态的终结2.“异质化”与文明隔绝状态的消融3.“行会化”与技术垄断状态的缓解二、当代出版视域下好选题的特征1.鲜明的主体性2.极大的共享性3.独特的超越性4.市场的预见性第一章 选题、选题策划与出版案例第一节 出版与出版选题1.出版2.出版选题第二节 选题策划1.出版选题策划理念的由来2.选题策划的本质3.选题策划的定义第三节 出版案例1.出版案例的价值标准2.出版案例的模态标准3.出版案例的定位标准第二章 选题与选题策划的意义、地位和作用第一节 选题和选题策划的意义1.催生社会文化的新增长点2.凝聚人才资源的创造力3.拓展出版物市场的新空间第二节 选题的地位和作用1.选题是启动出版活动的总开关2.选题是出版单位定位和特色的总源头3.选题是出版业务活动的总指导第三节 选题策划的地位和作用1.为优秀作品脱颖而出铺平道路2.为经营者科学决策奠定基础3.为出版物市场销售开拓空间4.为出版单位打造品牌、塑造形象积累实力第三章 案例分析1：《话说中国》——大型创意图书的策划小档案第一节 《话说中国》选题策划的基本过程1.策划基地：上海文艺出版社与《故事会》2.策划动因：由一种追求凝聚为一个冲动3.策划创意：借鉴与创新4.策划主体：主策划人与项目组第二节 《话说中国》选题的特点1.立意高远：把历史还给人民2.规模宏大：包容中国文明全时空3.内容多元：返回当年的生活场景4.定位精准：投向读者的“碧桃”5.作者权威：让大师说话……第四章 选题策划的过程与实务第五章 案例分析2：《于丹 论语 心得》——从演讲到图书的策划第六章 选题策划的创新思维第七章 案例分析3：《共和国外交风云中的邓小平》——时政类图书的策划第八章 选题策划的成本、投资与盈亏测算第九章 案例分析4：《做最好的自己》——“名人效应”的开发与拓展第十章 选题策划与营销策略第十一章 案例分析5：《世界摄影史》与《摄影美学》——专业类小众图书精品的策划第十二章 选题策划的方法与技巧第十三章 案例分析6：《时间简史》系列——引进版品牌书的策划附章 出版选题策划书主要参考文献目录后记

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>