

<<图书选题策划导论>>

图书基本信息

书名：<<图书选题策划导论>>

13位ISBN编号：9787300098036

10位ISBN编号：7300098037

出版时间：2009-5

出版时间：中国人民大学出版社

作者：易图强

页数：443

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>

<<图书选题策划导论>>

前言

我从事图书选题策划的教学与研究工作虽然是从2000年下半年正式开始的，但对这门学问有意识的关注最迟可以追溯到1994年下半年。

记得当时我找到在湖南某出版社工作的校友许久文先生，向他出示了一份“编撰《图书选题开发与销售技巧36法》的设想”。

许先生很热情地把它提交到选题论证会上，与会者问，作者是编辑吗？

许先生说，不是，是大学历史老师。

对方说，不是编辑，能写这样的书吗？

于是选题没有被通过。

选题虽然被“枪毙”，但我对图书选题策划的兴趣与日俱增。

在经常逛书店的过程中，在不断琢磨优秀图书策划案例的过程中，我也尝试着做了一些图书选题策划的实践工作，逐步积累了一些感性认识。

后来转到编辑与出版专业承担“图书选题策划”课的教学工作，终于可以名正言顺地、系统地探索这门新兴的学问了。

<<图书选题策划导论>>

内容概要

首次提出选题策划者的五种动物本领：狗鼻、狐脑、虎风、狼性、豹胆。

创造性地提出了选题策划的20种方法和10种理念，构建选题策划的理论体系。

详解80多个案例，精选百余幅图片，理论与实践相结合，打造全新的选题策划导航书。

本书作者研究图书选题策划已近十年，在大学开设“图书选题策划”课程八年，对图书选题策划实践及理论有着深入的认识。

本书即是在讲稿的基础上反复修改、增删而成，既适合编辑出版专业师生学习研究，又能启发一线图书编辑和出版人，是一部图书选题策划的实用宝典。

<<图书选题策划导论>>

书籍目录

上篇 绪论 第一节 策划与策划学 第二节 选题策划的兴起及其相关概念 第三节 选题策划研究概述
与本书要达到的目的 第一章 选题策划概说 第一节 选题策划的内涵 第二节 选题策划的特点 第三
节 选题策划的作用 第二章 选题策划要素 第一节 选题策划人 第二节 选题策划目标 第三节 选题
策划对象 第四节 选题策划方案 第三章 选题策划机制 第一节 选题策划的组织形式及其职能 第二
节 选题策划机制建设的基本要求 第三节 保障选题策划机制高效运行的制度 第四章 选题策划程序
第一节 选题策划的前期工作 第二节 选题策划的中期工作 第三节 选题策划的后期工作 第五章 选
题战略策划 第一节 选题战略策划的含义与重要性 第二节 出版社选题战略策划的内容 第三节 出
版社开展选题战略策划的法则 中篇 第六章 选题策划人的素质与能力 第一节 选题策划人的观念与创
造性思维 第二节 选题策划人的知识结构 第三节 选题策划人的信息能力与社会活动能力 第七章 选
题策划原则 第一节 导向原则(原则1) 第二节 可行性原则(原则2) 第三节 市场原则(原则3)
第四节 读者原则(原则4) 第五节 创新原则(原则5) 第六节 超前原则(原则6) 第七节 时机
原则(原则7) 第八章 选题策划理念 第一节 出版理念与选题策划理念概说 第二节 选题策划的十
个理念 第九章 不同类型图书的选题策划 第一节 畅销书、长销书、精品书与品牌书的选题策划 第
二节 大众类、教育类与专业类图书的选题策划 第十章 选题策划的先导——采集与加工选题信息 第
一节 选题信息的含义与类型 第二节 采集选题信息的途径与要求 第三节 加工选题信息的步骤 下篇
第十一章 选题策划方法：从图书市场热点的角度 第一节 捷足先登法(方法1) 第二节 趁热打铁法
(方法2) 第三节 弃金贩锹法(弃金找水法)(方法3) 第十二章 选题策划方法：从与同类书比较
的角度 第一节 新瓶旧酒法(方法4) 第二节 旧瓶新酒法(方法5) 第三节 培育杂交法(方法6)
第四节 价廉物美法(方法7) 第十三章 选题策划方法：从读者的角度 第一节 有的放矢法(方法8
) 第二节 雅俗共赏法(方法9) 第三节 读者反馈法(方法10) 第四节 一见钟情法(方法11)
第十四章 选题策划方法：从作者的角度 第一节 小材大用法(方法12) 第二节 大材小用法(方
法13) 第十五章 选题策划方法：从策划者自身的角度 第一节 慧眼识珠法(方法14) 第二节 敢为
人先法(方法15) 第十六章 选题策划方法：从版权贸易的角度 第一节 引进选题法(方法16) 第
二节 输出选题法(方法17) 第十七章 选题策划方法：从做大做强文化产业的角度 第一节 滚雪球法
(方法18) 第二节 草船借箭法(方法19) 第三节 多元转化法(方法20) 参考文献 后记

<<图书选题策划导论>>

章节摘录

5.《谋划出书》新华出版社2002年7月出版，要力石著。

20万字，共五章，分别是“选题策划”、“宣传策划”、“出版策划”、“出版改革”和“附录部分”，每章由数篇文章组成。

很明显，该书并不是专门探讨图书选题策划的。

作者是出版社副社长，曾经做过新华社的记者，投身出版业三年后出版了该书。

正如这序言中所说：“从整体而言，该著只是一些断想，但不乏思想的火花。

从某种角度看，他仍然是以一个新闻工作者的眼光看待出版。

”①客观地说，该书基本上是出版社领导的工作经验总结，没有建立图书选题策划的科学而完整的体系。

尽管如此，该书仍有较大价值。

特别是《图书出版中的新闻时效》一文比较集中地讨论了图书出版和新闻时效的关系，这是同类书中所没有的。

《书业界的“世纪策划”》（剖析超级畅销书《学习的革命》的营销策划）、《图书策划断想》（论述了图书封面、图书宣传中的借势与造势、书名的策划与跟风问题）、《引进版的本土化》和《图书出版的“凤头”与“豹尾”》等文章也有独到的见解。

例如《图书出版的“凤头”与“豹尾”》一文指出，市场经济条件下我国图书出版呈现出“哑铃模式”，也就是说，从图书出版的整个过程来看，出版社之间竞争的主要内容、主要方面在一头一尾，“选题策划的一头和宣传策划的一尾相比其他过程显得分量更重一些”②。

作者认为：“好的图书策划，在选题策划之初，宣传策划就摆进策划议程，成为一气呵成的一揽子方案。

这样首尾相连，首尾照应，才是图书策划的最佳状态和效果！

”

<<图书选题策划导论>>

后记

《图书选题策划导论》终于可以出版了。

真不容易啊！

我大学读的是历史专业，研究生读的是中国古代史专业，毕业后又教了七年历史。

可我现在从事的是编辑与出版专业的教学研究工作，图书选题策划是我研究的重点领域，可谓从最古老的专业跳到最时髦的专业中来了。

但我绝对不是因为赶时髦而改了专业的。

早在20世纪80年代末90年代初读研究生期间，我就对编辑出版工作产生了浓厚兴趣，这有两个原因：

一是自己从小喜欢看书，读中学后喜欢买书，读研究生后喜欢写书，对书越来越有感情了，久而久之，就梦想像编辑一样亲自编书、出书；二是读研究生时在导师王连升先生的引荐下，有机会结识了天津社会科学院文学研究所的闫岢先生，并参与了他主持的古籍整理普及读物的编撰工作。

闫先生主持的大型古籍整理普及读物《二十六史精粹今译》与《二十六史精要辞典》均由人民日报出版社出版，邀请当时中央主管意识形态工作的李瑞环同志担任顾问，在人民大会堂举行首发式，新华社、中央电视台新闻联播都作了报道，因而产生了相当大的影响，发行量是可观的。

我耳濡目染，从中感受到图书编辑出版工作的魅力。

<<图书选题策划导论>>

编辑推荐

《图书选题策划导论》为中国人民大学出版社出版发行。

<<图书选题策划导论>>

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>