第一图书网, tushu007.com

<<文化产业一本通>>

图书基本信息

书名：<<文化产业一本通>>

13位ISBN编号：9787209056151

10位ISBN编号：7209056157

出版时间：2010-12

出版时间：山东人民出版社

作者：王志东 编

页数：245

字数：260000

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

内容概要

社会科学是关于人类社会及其发展规律的科学，是推动历史发展和社会进步的重要力量。
掌握必备的社会科学知识，特别是马克思主义辩证唯物主义和历史唯物主义，对于人们正确认识纷繁复杂的社会现象，提高道德素养和精神境界是十分重要的。
但社会科学的力量不仅取决于社会科学本身的价值，关键是取决于这些科学知识是否被传播，以及传播的速度与广度。
因为无论是自然科学知识还是社会科学知识，只有为群众所接受、所掌握、所运用，才能产生物质力量。
这就需要加强社会科学普及工作，根据时代和社会发展的需要，运用易为公众所理解、接受、参与的方式方法，通过一定的组织形式和传播渠道，推动科学知识、科学方法、科学思想的普及和传播，提高公众人文素养，帮助公众树立正确的世界观、人生观、价值观，促进人的全面发展。
这是各级社科联组织的一项重要任务。

加强社会科学知识的宣传和普及，需要有为干部群众所喜闻乐见的通俗读物。
好的社会科学通俗读物其社会价值不可低估。
当年艾思奇的《大众哲学》在社会上产生较大反响，毛泽东高度评价该书写得“相当深刻，：。
在各种思想文化交流、交融、交锋日益频繁，社会思潮多元、多样、多变特征更加明显，大众思想活动的独立性、选择性、多样性、差异性明显增强的新时期，要把抽象的基本原理、专业知识和科学方法等写成生动有趣、实用通俗的科普读物，在介绍和阐发科学知识中融入人文教育、人文关怀，为公众喜闻乐见并非易事。
这就需要各级社科联组织高度重视社会科学普及工作，坚持不懈地抓好社会科学普及读物的策划、创意、扶持工作，多动脑筋、多想办法，组织动员更多的社会科学工作者投身于社会科学普及读物的创作编写工作，多出成果、出好成果。

书籍目录

前百
引言
第一篇 文化产业概览
1.文化产业的含义
2.文化产业的分类
3.文化产业的特征
4.文化产业的功能
5.文化产业的历史演变
6.文化产业的发展现状
7.文化产业的发展趋势
8.文化产业的运行规律
第二篇 纵观文化产业
1.文化产业与文化资源
2.文化产业与文化资本
3.文化产业市场
4.文化产业结构
5.文化产业组织
6.文化产业人才
7.文化产业竞争力
8.文化产业的宏观管理
9.文化产业的市场机制
10.文化产业的运行机制
11.文化产业的规划布局
12.文化产业的发展战略
13.文化产业的品牌建设
第三篇 横看文化产业
1.新闻出版业
2.广播影视业
3.演艺业
4.文化旅游业
5.动漫产业
6.广告业
7.会展业
8.休闲娱乐业
9.古玩艺术产业
10.体育产业
11.玩具制造业
12.视听设备制造业
第四篇 文化产业八面风(上)
一一域外传真
1.法国：成熟的文化产业及其全面的民主化
2.英国：阳春白雪和者不寡
3.德国：欧洲最强国发达的文化产业
4.俄罗斯：文化瞄准中长期发展
5.意大利：创意产业突破口一一创意源自历史

6.美国：自由经济观主导文化产业
7.加拿大：文化经贸的“ 举国体制 ”
8.澳大利亚：创造之国度
9.新西兰：国际影视文化的一朵奇葩
10.日本：动漫成第三大产业
11.韩国：“ 韩流坞 ”为何这么火?
]2.泰国：亚洲具开发潜力的新兴文化产业国家
13.埃及：文化保护和文化旅游并行
14.南非：文化旅游业的成功之道
第五篇 文化产业八面风(下)
一一本土一览
1.国家：进入发展快车道
2.北京：全力打造文化创意之都
……
第六篇　文化创意加油站
附录
参考文献
结语
后记

章节摘录

（4）链条完整　“超级女声”综合运用并整合市场要素，打造了一条在目前中国传媒界比较完整的产业链，这条产业链使之突破了电视节目在收视率和广告之间盈利的传统模式，创造性地制造了更多营利点，而且使各个营利点环环相扣，互相增益。
中国电视节目的利润来源是广告，得到高额广告的主要办法是提高收视率。
“高收视率=高广告额”，这个等式一直是成立的。
但超女的运作打破了这一单调模式，实现了电视营利模式的突破。
它以电视节目为起点和中心，众多增值产品、衍生产品相继跟进，环环相扣、相得益彰，从而使得一档电视节目的利润能突破广告的单点，形成多点营利的一条基本完整的传媒产业链，囊括节目制作方湖南卫视，独家代理湖南卫视广告业务的上市公司电广传媒、“超级女声”品牌拥有者上海天娱传媒有限公司、节目冠名赞助商蒙牛集团，以及短信增值服务提供商“掌上灵通”，网络PK平台百度网、音像、出版、影视等文化领域。
“超级女声”为中国电视娱乐营利提供了一个好的尝试。
（5）品牌卓著　“超女”节目成功造就了“超女”品牌，广东美卡音像有限公司以百万版费拿下了“超女”所有音像制品的版权，“超级女声终极PK”唱片9月1日在全国上市。
而声称搜寻落选“超女”的飞乐唱片行动也迅速推出了广东“落选超女”邵雨涵首张专辑，音像制造商已经把“超女”当做疲软唱片业的一针强心剂。
多家出版社也打起了“超女”的主意，争抢“超女”画册、“超女”书籍。
其中动作最快者，莫过于中信出版社在“超女”总决赛后一个星期即上市的《我为超女狂》一书。
演唱方面，天娱公司抓住机会在十大城市开展制造了十场“超女”巡回演唱会。
与此同时，在演出和唱片制作间隙，影视剧投资方已经瞄准了关于“超女”的影视剧，而网络电影、网络动画业也瞄准了“超女”。
一贯标新立异、引领时尚的广告界也把“超女”词汇注入广告文本。
“超女”品牌为湖南卫视赢得了更大的市场空间。
……

第一图书网, tushu007.com

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