

<<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 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12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。

”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”。

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！

”

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门岗先生，并参与了他主持的古籍整理普及读物的编撰工作。

门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>