

<<现代出版学>>

图书基本信息

书名：<<现代出版学>>

13位ISBN编号：9787301106853

10位ISBN编号：7301106858

出版时间：2006-5

出版时间：北京大学出版社

作者：师曾志

页数：310

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>

<<现代出版学>>

内容概要

本书总结了不同历史时期出版活动开展的规律，结合我国计划经济体制向市场经济体制转轨的实际以及高科技对出版的影响，探索出版的本质和自主性，建立现代出版学的基础理论。

本书分析了出版学的研究对象、内容、特点以及研究方法等，对出版学与编辑学的关系进行了梳理，对出版工作涉及的选题、组稿、审稿、编辑加工、装帧设计、成本核算、著作权、出版合同、出版物营销等环节和流程进行了详细介绍，对网络环境下出版的特点，出版物的构成、开发以及相互间的关系等做了分析，并对出版业发展前景进行了概述。

本书可作为高等院校编辑出版学专业的教材，对于该领域的从业者也大有裨益。

<<现代出版学>>

作者简介

师曾志，北京大学新闻与传播学院副教授、硕士生导师，在北京大学获得学士、硕士、博士学位。曾赴新西兰、泰国等国家参加国际学术交流活动，从事的教学与研究领域涉及出版学、传播学、媒体研究、图书馆学、目录学等，在《北京大学学报》(人文社会科学版)、《出版发行研究》

书籍目录

第一编 第一章 绪论 第一节 我国出版历史概述 第二节 现代出版学的形成 第二章 现代出版学基础理论 第一节 出版的概念 第二节 影响出版概念变化的因素 第三节 出版的性质 第四节 出版的功能 第五节 出版学研究的对象 第六节 出版学的研究内容 第三章 出版工作的基本方针与原则 第一节 出版工作的基本方针 第二节 出版工作的基本原则 第三节 出版工作的基本任务 第四节 出版队伍的建设 第五节 出版工作者的基本修养与基本素质 第二编 第四章 出版与传播 第一节 出版传播的要素 第二节 出版传播的过程模式 第三节 出版传播效果 第四节 出版传播制度与媒介规范理论 第五节 出版学与传播学的关系 第五章 编辑与出版 第一节 编辑的概念与性质 第二节 编辑的主要类型 第三节 编辑角色与编辑模式 第四节 编辑学的研究对象与内容 第五节 影响编辑工作开展的因素 第六章 出版物及其构成 第一节 出版物的概念 第二节 出版物载体的演变 第三节 出版物的标识 第四节 出版物的基本结构 第五节 出版物的类型 第六节 出版物形态的变化 第七节 网络出版对传统出版的变革 第七章 出版管理制度与出版形式 第一节 出版管理制度及思想理论基础 第二节 出版行政管理 第三节 出版机构的设立 第四节 出版事业与出版产业 第五节 出版形式及出版单位的类型 第六节 出版专业分工与出版品牌 第三编 第八章 选题策划及组稿 第一节 选题与选题策划 第二节 选题的原则与选题计划 第三节 选题策划的依据 第四节 选题策划的内容和方式 第五节 组稿工作 第六节 约稿方式与程序 第九章 审稿及编辑加工 第一节 审稿的概念与作用 第二节 审稿方式和步骤 第三节 三审制及存在的问题 第四节 审稿的具体内容和影响因素 第五节 编辑加工及其方法 第六节 编辑加工的步骤及技巧 第十章 出版的相关业务 第一节 出版与著作权 第二节 出版合同及其签订 第三节 出版侵权与版权管理 第四节 发稿及出版物校对 第五节 重印与再版 第六节 出版物质量管理 第七节 出版物质量保障体系 第十一章 出版物装帧设计 第一节 装帧设计的内容 第二节 装帧设计的设计思想 第三节 装帧设计的原则与特点 第四节 出版物结构和装订样式设计 第五节 出版物的材料设计 第六节 出版物的美术设计 第七节 出版物的开本设计 第八节 出版物的版式设计 第十二章 出版物成本及定价 第一节 出版物成本概述 第二节 出版物成本构成 第三节 出版物成本控制 第四节 出版物成本核算中的重要概念 第五节 出版企业纳税管理 第六节 影响出版物定价的因素 第七节 出版物定价模式与基本策略 第十三章 出版物市场营销 第一节 出版物市场营销概念 第二节 出版物市场营销组合 第三节 消费者的购买决策 第四节 出版物市场划分及特征 第五节 出版物分销渠道及购销方式 第六节 出版物宣传促销 第七节 出版物市场管理 第八节 出版物市场的作用与竞争 结语 主要参考文献 献后记

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>