第一图书网, tushu007.com

<<按需出版>>

图书基本信息

书名：<<按需出版>>

13位ISBN编号：9787302203698

10位ISBN编号：7302203695

出版时间：2009-8

出版时间：清华大学出版社

作者：莫里斯·罗森塔尔

页数：94

译者：陶晓鹏

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

按需出版作为传播科技迅猛发展的产物，给世界出版产业带来了前所未有的挑战与机遇，出版商可以把物质性的图书库存转变为数字库存，作者可以自主出版，这些新的出版模式减少了传统出版业的诸多中间环节，节省成本且提升营销效率，在全球互联网的媒介语境中，显现出版产业变革的新途径。

书籍目录

出版商的要素 国际书号(ISBN)和BowkerLink 版权 国会图书馆和在编目录(CIP) 图书印刷 图书装订 库存 开支与销账作者的要素 询问信件和书籍方案 保护想法与谈判 经纪人和律师 出版合同 图书包装商和顾问 在互联网时代发现出版商商业出版 发行、折扣和退货 初版和再版 版本记录和品牌 出版过程 廉价出售及网上书商 版本和供应量过于饱和按需印刷 一本按需印刷书生命中的一年 按需印刷误区 按需印刷技术 Lightningsource的按需印刷经济学自主出版 资助出版的作用 小型出版社的分销商 针对作者的互联网出版 商业出版的电子书 基石图书市场 传统的图书销售商 书店建模和存储 在线图书销售商 通过Amazon卖书 直接销售 特殊销售 国际销售 海外版权销售 图书销售商对于按需出版的态度市场研究 出版你知道能够售出的书 市场研究 Amazon的销售排名 Amazon的浏览分类畅销书名单 Amazon的自定义畅销书排序图书设计 在线销售的设计 瞄准市场 标题设计 编辑和校对 PDF(便携式文档格式)的产生 校对清单互联网营销 传统图书营销 审核和检查样书 互联网的图书营销 互联网的可靠性 没有垃圾电子邮件的营销 讨论列表 讨论组管理 挑起事端者和潜水者 Amazon联合会和市场付费网站广告_ Google关键词广告 Google关键词广告的例子 0verture Amazon的支付形式 Amazon对于图书内容的搜索 维持灵活的销售渠道网站设计 为网站写作 网站设计 投入到在线销售 让你的网站被收录 搜索引擎优化 页面标题的优化 互联网使用统计 重新设计页面 不要盗用别人的内容也不要被人盗用结束语

章节摘录

出版商的要素　　国际书号（ISBN）和BowkerLink　　美国国际书号局由Bowker管理。
另外，Bowker出版了百科全书式的“在版书籍”目录，目录列出了全部具备有效国际书号的书籍（指那些还没有被官方宣布为绝版的书籍）。
ISBN是你的书在全球具有的唯一标识的号码，使得人们能够走进书店并订购你的书籍。
这正是人们设计它时所设想的用途。
实际上，书店希望通过他们通常的渠道来订购书。
如果你的书具有唯一的ISBN，书店无法从任何一家常规分销商获得，那么书店只需要查看“在版书目”目录，找到这本书的出版商信息，然后尝试直接订购。
大部分书店只会为一些特别固执的客户这样做，他们可能会要求客户为这个特别的订购支付一定的额外费用，因为顾客经常会失约，不回来购买专门为他订购的书籍。
发行量有限的或无分销商的小出版商会不时地收到订购书的传真或平寄邮件，这些顾客要求将书连同购书发票寄给他们。
但顾客很可能不会为这个发票付款。
换句话说，一个ISBN号制造了一个出版商，但它并不能成就一个出版业，除非这个出版商有办法吸引顾客并卖出自己的书。

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