

<<文化经纪理论与实务>>

图书基本信息

书名：<<文化经纪理论与实务>>

13位ISBN编号：9787306033512

10位ISBN编号：7306033514

出版时间：2009-11

出版时间：中山大学出版社

作者：胡晓明，肖春晔 编著

页数：292

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>

<<文化经纪理论与实务>>

前言

任何教材都是关于知识的认识和理解。
不同的认识会有不同的知识体现，不同的理解也会有不同的知识追求。
我们尝试编纂应用型本科系列教材，概括起来主要基于这样几点考虑和探索：教材是一幅知识的蓝图，它标明知识的走向、知识的关系和知识的系统。
然而，我们所强调的则是对知识走向的创新、知识关系的重构和知识系统的重建。
教材不应该是按图索骥，而应该是对知识变化过程的引领。
没有变化的知识不是真知识，不能应用的知识不是活知识。
知识的生命在于知识的重组、知识的再生和知识的生产。
知识是一个过程，了解和获得知识的真正目的，是掌握和运用知识。
教材要教给学生学什么，还要告诉学生如何学，更要指导学生如何应用。
这里的应用不是指如何操作，而是指对基础知识和专业知识的巧妙融合和灵活处理。
应用不是指做什么，而是指利用什么做什么，利用得好坏就是应用的方法。
传授知识的方法是形式也是内容，根据对象选择内容，更应根据对象设定方法。
教育是一个永远值得探索的过程，因为知识永远都在变化。
掌握知识变化的规律永远都需要探索——探索本身就是一种创建，一种辉煌。
一套教材的总序，就是一套教材的总的开头。
开头的目的其实不在开头本身，开头的目的在于让人们急着往后看，看内容、看思路、看方法。
所以，总序的文字就应该少到极致，而思考的空间却应该大到无穷……

<<文化经纪理论与实务>>

内容概要

本书系统论述了文化经纪理论及文化经纪实践，对中外文化经纪人现状、文化经纪人素质、文化经纪活动内容、文化经纪活动策略、文化经纪合同、影视明星经纪人、音乐经纪人、模特经纪人、演出经纪人、书画经纪人、体育经纪人、出版经纪人等进行了相关阐述。

同时，为了帮助学生和读者加深对文化经纪的理解，本书收录了美国CAA、日本杰尼斯事务所、韩国SM经纪公司、香港TVB、香港英皇、橙天娱乐、苏富比、华谊兄弟等文化经纪案例，并提供了实用性较强的业务知识以供参考，希望对提高中国文化经纪人从业素质、促进文化经纪人行业发展尽绵薄之力。

本书可以作为高等院校文化产业管理、艺术管理、新闻传播学、公共事业管理、国际文化贸易、电影学、艺术学、音乐学、美术学、表演学、经纪学等相关专业的教材或教学参考书，也可作为文化经纪研究者以及文化经纪从业者、爱好者的重要参考资料。

<<文化经纪理论与实务>>

书籍目录

第一章文化经纪导论第一节文化经纪相关概念第二节经纪人与文化经纪人文化经纪案例一、迈克尔奥维茨与CAA二、国外著名文化经纪公司第二章文化经纪人概述第一节中外文化经纪人现状第二节文化经纪人的素质、作用及职能第三节文化经纪人的管理与规范第四节文化经纪人高等教育与人才培养资料链接文化经纪人应有的素质文化经纪案例喜多川与日本杰尼斯事务所第三章文化经纪活动内容第一节文化经纪活动内容及程序第二节文化经纪活动策略第三节文化经纪业务技巧文化经纪案例韩国SM经纪公司第四章文化经纪合同第一节文化经纪合同及其种类第二节文化经纪合同的内容及效力资料链接文化经纪合同范本一、委托合同范本二、行纪合同范本三、演员经纪合同(经纪人)四、演艺经纪代理加盟合同第五章影视明星经纪人第一节明星与明星制度第二节明星研究第三节影视明星经纪人与形象包装第四节明星广告代言第五节世界多国对明星广告代言的管制第六节明星广告代言风险文化经纪案例一、香港TVB二、华谊兄弟传媒集团第六章音乐经纪人第一节音乐的基本概念第二节音乐经纪人与音乐经纪活动第三节音乐经纪包装程序及费用文化经纪案例一、香港英皇二、橙天娱乐第七章模特经纪人第一节模特及基本条件第二节模特种类第三节模特大赛第四节模特经纪人工作程序及素质第五节签约模特经纪合同注意事项资料链接全球十大模特经纪公司文化经纪案例李小白与新丝路模特经纪公司第八章演出经纪人第一节演出的相关概念第二节演出市场第三节演出经纪人的相关概念资料链接舞蹈经纪人对象主体及运营模式初探文化经纪案例《云南映象》第九章书画经纪人第一节书画艺术的相关概念第二节书画艺术市场第三节书画经纪人相关概念资料链接国内主要艺术博览会文化经纪案例百年苏富比第十章体育经纪人第一节体育经纪人概述第二节运动员经纪资料链接体育明星与广告市场现状及其对策研究文化经纪案例田亮与经纪人刘韬第十一章出版经纪人第一节出版概述第二节西方出版经纪公司现状第三节现代英美出版经纪活动的特点第四节西方出版经纪人的主要工作文化经纪案例《哈利波特》与出版经纪附录一、经纪人管理办法二、营业性演出管理条例三、营业性演出管理条例实施细则四、演出经纪人资格认定实施办法五、上海市体育经纪人管理试行办法六、亚洲著名文化经纪人高峰论坛(节选)参考文献

<<文化经纪理论与实务>>

章节摘录

(一) 文化产业的概念 文化产业这一术语产生于20世纪初。它最初出现在西方马克思主义流派——法兰克福学派代表人物霍克海默和阿多诺合著的《启蒙辩证法》一书中。

它的英语名称为culture industry, 汉语可以译为文化工业, 也可以译为文化产业。

文化产业作为一种特殊的文化形态和特殊的经济形态, 影响了人们对文化产业的本质把握, 不同国家从不同角度对文化产业产生了不同的理解。

联合国教科文组织关于文化产业的定义如下: 文化产业就是按照工业标准, 生产、再生产、储存以及分配文化产品和服务的一系列活动。

这是从文化产品的工业化生产、流通、分配、消费的角度进行界定。

联合国教科文这一定义只包括可以由工业化生产并符合四个特征(即系列化、标准化、生产过程分工精细化和消费的大众化)的产品(如书籍、报刊等印刷品和电子出版物有声制品、视听制品等)及其相关服务, 而不包括舞台演出和造型艺术的生产与服务。

事实上, 世界各国对文化产业并没有一个统一的说法。

美国没有文化产业的提法, 他们一般只说版权产业, 主要是从文化产品具有知识产权的角度进行界定的。

日本政府则认为, 凡是与文化相关联的产业都属于文化产业。

除传统的演出、展览、新闻出版外, 还包括休闲娱乐、广播影视、体育、旅游等, 他们称之为内容产业, 更强调内容的精神属性。

2003年9月, 中国文化部制定下发的《关于支持和促进文化产业发展的若干意见》, 将文化产业界定为: “从事文化产品生产和提供文化服务的经营性行业。

文化产业是与文化事业相对应的概念, 两者都是社会主义文化建设的重要组成部分。

文化产业是社会生产力发展的必然产物, 是随着我国社会主义市场经济的逐步完善和现代生产方式的不断进步而发展起来的新兴产业。

”2004年, 国家统计局对“文化及相关产业”的界定是: 为社会公众提供文化娱乐产品和服务的活动, 以及与这些活动有关联的活动的集合。

所以, 我国对文化产业的界定是文化娱乐的集合, 区别于国家具有意识形态性的文化事业。

尽管世界各国对文化产业从不同角度进行了不同的定义, 但文化产品的精神性、娱乐性等基本特征不变, 因此, 文化产业是指对具有精神性娱乐性的文化产品的生产、流通和消费活动。

<<文化经纪理论与实务>>

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>