

<<基于用户信息需求的数字出版模式>>

图书基本信息

书名：<<基于用户信息需求的数字出版模式>>

13位ISBN编号：9787510026409

10位ISBN编号：7510026407

出版时间：2010-8

出版时间：世界图书出版公司

作者：郭亚军

页数：151

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>

<<基于用户信息需求的数字出版模式>>

内容概要

本书立足于数字化、网络化的信息环境，系统阐述了基于用户信息需求的数字出版模式的理论与应用。构建了以用户信息需求为导向、以信息技术为依托、以信息资源深层开发为基础的面向用户的数字出版模式。详细阐述了基于用户信息需求的数字出版模式中的两个基本模块：用户个性化定制型数字出版生产模式、个性化交互型数字出版用户关系管理模式。并对基于用户信息需求的数字出版模式的保障体系和中外案例进行了分析。

作者简介

郭亚军，现为郑州航空工业管理学院信息科学学院讲师，在中国人民大学获情报学专业博士学位，曾在北京开卷信息技术有限公司从事出版行业研究工作3年。目前主要研究领域包括数字出版、信息服务、知识管理、竞争情报等。

书籍目录

1 绪论	1.1 研究背景	1.1.1 数字化时代的到来	1.1.2 数字出版给出版企业带来的挑战与机遇	1.1.3 目前数字出版不能有效满足用户信息需求	1.2 研究意义	1.2.1 理论意义	1.2.2 实践意义	1.3 研究内容、思路与方法	1.3.1 研究思路	1.3.2 研究内容	1.3.3 研究方法														
2 文献综述	2.1 用户信息需求研究成果与相关理论	2.1.1 用户信息需求的概念	2.1.2 用户信息需求研究综述	2.1.3 用户信息需求的相关理论	2.2 数字出版研究成果与相关理论	2.2.1 数字出版的概念	2.2.2 数字出版研究综述	2.2.3 数字出版模式研究	2.2.4 数字出版的相关理论	3 基于用户信息需求的数字出版模式理论基础	3.1 个性化信息服务理论与相关模型的引入	3.1.1 个性化信息服务理论	3.1.2 结构方程模型与产业竞争力钻石模型	3.2 基于用户信息需求的数字出版模式的核心要素	3.2.1 用户个性化信息需求	3.2.2 数字出版产品	3.2.3 用户关系管理	3.2.4 数字出版资源	3.2.5 用户信息资源	3.3 基于用户信息需求的数字出版模式的核心理念	3.3.1 以满足用户信息需求为最终目的	3.3.2 用户个性化定制数字出版产品	3.3.3 有效配置数字出版资源	3.3.4 个性化交互的用户关系管理	3.3.5 充分发掘用户信息资源价值
4 于用户信息需求的数字出版模式构建研究	4.1 基于用户信息需求的数字出版模式的构建	4.1.1 数字出版钻石模型的构建	4.1.2 数字出版钻石模型的基本构成模块	4.2 个性化定制型数字出版生产模式研究	4.2.1 大规模定制理论与信息资源配置理论的引入	4.2.2 个性化定制型数字出版生产模式构建	4.2.3 用户定制与系统定制	4.2.4 基于信息构建的个性化数字信息服务平台	4.2.5 以web 2.0信息技术为支持	4.3 个性化交互型数字出版用户关系管理模式研究	4.3.1 客户关系管理理论与交互决定论的引入	4.3.2 个性化交互型数字出版用户关系管理模式构建	4.3.3 数字出版用户信息资源库建设	4.3.4 数字出版用户信息资源数据挖掘	4.3.5 与数字出版用户个性化交互	4.3.6 以e-CRM为支持	5 基于用户信息需求的数字出版模式保障研究	6 基于用户信息需求的中外数字出版案例研究	7 结论与展望参考文献						

<<基于用户信息需求的数字出版模式>>

编辑推荐

《基于用户信息需求的数字出版模式》系统阐述了基于用户信息需求的数字出版模式的理论与应用。书中具体包括了：基于用户信息需求的数字出版模式理论基础、基于用户信息需求的数字出版模式保障研究、高等教育出版社数字出版模式等内容。

《基于用户信息需求的数字出版模式》适合从事相关研究工作的人员参考阅读。

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>