

<<创意产业案例教程>>

图书基本信息

书名：<<创意产业案例教程>>

13位ISBN编号：9787512113169

10位ISBN编号：7512113161

出版时间：2013-1

出版时间：张岩松、陈百君 北京交通大学出版社,清华大学出版社 (2013-01出版)

作者：张岩松, 陈百君 编

页数：353

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>

## <<创意产业案例教程>>

### 内容概要

《21世纪经济学类管理学类专业主干课程系列教材：创意产业案例教程》为适应高等学校创意产业课程教学的需要而组织编写。

在绪论中首先对案例教学的基本方法、技巧和规律进行了系统的总结，从而为创意产业课程案例教学目标的实现提供了方法论指导。

本书分为认识创意、创意产业基础、创意产业运作、创意产业实务、创意产业集群与园区建设5章内容，每章首先是“学习目标”和“故事导人”，然后较系统地介绍了创意产业的基本理论，在此基础上荟萃了近30个国内外成功的创意产业典型案例，每个案例包括案例内容和“思考·讨论·训练”题若干，这些案例非常适合教学使用，可作为规范性案例提供给学生学习和课堂讨论。

为了便于学生自主学习，本书各章的。

拓展阅读。

资料和最后附上的“创意产业相关网址”可供学生深入学习参考，每章的“思考与练习”题可供学生课后复习巩固时使用。

《21世纪经济学类管理学类专业主干课程系列教材：创意产业案例教程》可作为高等学校、应用型本科和高职高专院校创意产业相关课程的教材和教学参考用书，同时它也是创意产业从业者启迪智慧，提高创意能力的优秀读物。

## &lt;&lt;创意产业案例教程&gt;&gt;

## 书籍目录

绪论 一、管理教学案例概述 二、管理案例的“教” 三、管理案例的“学” 四、管理案例教学范例 第一章 认识创意 学习目标 故事导入 一、创意的内涵 二、创意的过程 三、获得创意的途径 四、创意思维及其开发方法 五、创意人才的培养 六、自我创意能力的提升 案例1：北京奥运会开幕式创意迭出 案例2：印象丽江 案例3：发明调味剂的创意过程 案例4：乔纳森·伊夫：苹果公司的魔力设计师 拓展阅读 创意策划会的组织 思考与练习 第二章 创意产业基础 学习目标 故事导入 一、创意产业概述 二、创意产业的分类 三、国外创意产业的发展 四、我国创意产业的发展 案例1：中国动漫创意的“羊”效应 案例2：迪斯尼的成长轨迹 案例3：超级女声 案例4：环球嘉年华 拓展阅读 创意产业的发展模式 思考与练习 第三章 创意产业运作 学习目标 故事导入 一、创意产业的生产组织 二、创意产业的市场交易 三、创意产业的投融资 四、创意产业的品牌塑造 五、创意产业的营销策略 六、创意产业的知识产权保护 案例1：洛可可的创新设计管理之道 案例2：华谊兄弟的资本运作 案例3：台湾的白木屋品牌文化馆 案例4：电影《建国大业》的营销策略 案例5：KV300的逻辑锁事件 拓展阅读 创意产业链的构建 思考与练习 第四章 创意产业实务 学习目标 故事导入 一、纸质传媒产业创意 二、影视产业创意 三、网络文化产业创意 四、动漫产业创意 五、文化旅游产业创意 案例1：深圳报业的创意发展之路 案例2：《读者》杂志的成功秘诀 案例3：杜拉拉升“值”记 案例4：大长今透视 案例5：Discovery频道 案例6：疯狂的石头 案例7：网络游戏新“征途” 案例8：土豆网导演新媒体时代 案例9：蓝猫卡通的创意 拓展阅读 创意农业 思考与练习 第五章 创意产业集群与园区建设 学习目标 故事导入 一、创意产业集群 二、创意产业园区 案例1：宋庄原创艺术聚集区 案例2：电影圣地好莱坞 案例3：北京798艺术区 拓展阅读 产业集群的相关理论 思考与练习 创意产业相关网址 参考文献

## &lt;&lt;创意产业案例教程&gt;&gt;

## 章节摘录

版权页：插图：1.创意的准备阶段 这是创意的准备期。

一切创意都是从发现问题、提出问题开始的。

它是外部信息在脑海中的输入过程，也就是掌握问题和开始搜集资料的过程。

创意活动的前提是提出相关问题，创意思维围绕这个问题而展开，并确立研究的方向。

这时，发现问题的准确性、有用性、鲜明性及独特性是关键。

只有选准了问题，才能避免盲目性。

当选中某一问题后，还要进一步从各种角度对该问题进行审视，以准确地捕捉适于解决问题的思路，准备相关的知识，搜集有关的经验，分析有关的事项，创造有关的条件，并预见可能遇到的困难和后果。

正确寻觅和发现问题，也就是明确创意对象，是创意的开端和首要任务。

如果发现的问题偏离了方向，甚至是错误的，那么就失去了整个创意的方向和目标，也不可能有效地解决问题。

正如爱因斯坦所说：“提出一个问题，往往比解决一个问题更重要。

”这个阶段是心理高度紧张和精力全神贯注的时期。

2.创意的酝酿阶段 搜集资料、苦思冥想是创意的酝酿阶段。

首先，为了创意的成功必须注意收集、整理、分析信息、事实和材料。

收集的资料（信息）一般有两种类型：一是特定资料，这主要是指与特定创意对象相关的资料 and 与特定策划对象相关的公众资料。

这类资料，大多由专业调查得到；二是一般资料，这些资料未必都与特定的创意对象相关，但一定会对特定创意思维的开拓有相当的帮助。

有敏锐感受力和责任心的优秀创意人，应该对各方面的资料具有浓厚的兴趣，而且善于了解各个学科的资讯，随时随地地捕捉这些信息、事实和材料，并尽快吃透它们，因为它们为创意的促发因素。

创意思维的材料犹如一个万花筒，万花筒内的材料数量越多，组成的图案就越多。

与万花筒原理一样，创意前，掌握的原始资料越多，就越容易产生创意。

资料收集到一定程度，就要对所收集的资料进行认真的阅读、理解。

这时的阅读不是一般的浏览，而是要认真地阅读，而且要带着一个宏观的思路去阅读。

对所收集到的全部资料，包括历史的、专业的、一般性的、实地调查的各种资料，以及脑海中过去积累的资料，统统都应像梳头一样，注意整理、整合和理解。

要学会认真研究所有资料，这要把一事物用不同的方式去考虑，通过不同的角度进行分析，然后尝试把相关的两个事物放在一起，研究它们的内在关系和相互配合的情况。

必须指出的是，创意实际上是创意者运用个人的一切知识和信息，去重新组合和使用的过程，不论创意者进行什么创意，都绝不会超出个人的知识范畴。

因此从广义上看，创意者应更广泛地收集资料与储存信息，要“广泛地分享人生”、“广泛地细心阅读”，做生活的有心人。

创意似一缕轻烟，若有若无，随时随地都会闪现，能将其撷取，再将其深思熟虑后加以延伸和完善，随后，离成功就不远了。

## <<创意产业案例教程>>

### 编辑推荐

《21世纪经济学类管理学类专业主干课程系列教材:创意产业案例教程》可作为高等学校、应用型本科和高职高专院校创意产业相关课程的教材和教学参考用书,同时它也是创意产业从业者启迪智慧,提高创意能力的优秀读物。

<<创意产业案例教程>>

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>