

<<从文化政治到文化生意>>

图书基本信息

书名：<<从文化政治到文化生意>>

13位ISBN编号：9787549535224

10位ISBN编号：7549535221

出版时间：2013-4

出版时间：广西师范大学出版社

作者：何明星

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>

<<从文化政治到文化生意>>

内容概要

本书作者致力于出版领域深入研究，分三大部分展示了作者近年来的研究心得。

第一部分关注出版理念和出版组织的变迁，从出版史的角度回顾了出版业的传统、本质及发展，并以前瞻性的眼光探索了未来出版业的前景及隐忧。

第二部分侧重于消费行为与发行渠道的变迁，探讨图书的消费

<<从文化政治到文化生意>>

作者简介

何明星，北京师范大学文学博士，曾在新闻出版系统工作20年，现为北京外国语大学中国海外汉学研究中心副教授。

常年致力于当代中国出版史、书刊对外传播史研究，发表论文100多篇，并有《著述与宗族——清人文集编刻方式的社会学考察》（中华书局，2007年出版）、《新中国书刊海外发行传播60年（1949—2009）》（中国书籍出版社，2010年出版）等专著。

<<从文化政治到文化生意>>

书籍目录

第一辑 出版理念与出版组织的变迁 中国传统图书价值观的当代意义 大学出版与现代学术品格的形成 资本时代的出版，需要哪些内功和定力？

为什么古代中国出版商大多是百年老店？

中国农书出版小史 曾朴父子的“玩票儿”——真善美书店 传统图书生产成本定价理论的缺陷兼对读者细分定价方法的探讨 图书品牌价值的评估与测算研究 “精神旅行”——图书消费行为的特殊性研究 出版人的三张脸 科层管理，图书出版产业化之殇？

未来出版业，拿什么吸引时代青年的精英？

由文化政治到文化生意——编辑出版“革命”的隐忧 金融与出版，从另一个角度解析中国书业制度环境 第二辑 阅读消费与发行渠道的变迁 书店的面孔 贴身服务——“随军书店”启示 小人物何以能够做成文化大生意？

由一百多年前的“购书品人”到今天读者学研究 图书宣传不能“目中无人” 图书下乡，60年轮回史 栽种文化的常青树——出版社在这个时代的价值与意义 会议营销，由盛到衰的历史 专业经销商的巧妙变身与图书业的整体升级 盗版的病根及其历史 出版社的“夫妻档”、“兄弟档” 高校教材，在改革的十字路口——发达国家大学教材与我国高校教材的对比谈 重拳击向高校教材三大软肋 连环画，阅读的生命何以如此之短？

中国图书消费趋势研究——以于丹《论语》为例 第三辑 出版技术与媒介载体的变迁 将阅读变为享乐——平面媒介如何应对即将来临的阅读革命 撕碎、撕碎，撕碎之后是拼接——远程教育教材出版启示录 解除中国大学教材根本之患的三大举措 主动迎接中国教育出版业的二次革命 《说文解字段注》与《客观知识》——我在这个时代的精神成长 “碎片化阅读”——移动出版的内容特征 银行害怕文化传播公司 农民也看“杜拉拉”？

口碑式营销，永远的魅力——《杜拉拉升职记》的购买因素分析 看书？

看手机？

大学校园里的阅读博弈

<<从文化政治到文化生意>>

编辑推荐

何明星所著的《从文化政治到文化生意——中国出版的革命》紧紧围绕“中国出版的革命”，剖析了新时期以来出版业发生的重大变迁，敏感关注出版业面临的新问题新挑战，考察了出版理念和出版组织的变迁、消费行为与发行渠道的变迁以及出版技术与媒介载体的变迁，对移动出版、口碑式营销等新媒体传播等给予了专业审视。

<<从文化政治到文化生意>>

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>