

## <<文化创意策划学>>

### 图书基本信息

书名：<<文化创意策划学>>

13位ISBN编号：9787561159330

10位ISBN编号：7561159331

出版时间：2010-12

出版时间：大连理工大学出版社

作者：吴廷玉

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>

## <<文化创意策划学>>

### 内容概要

随着文化经济的兴起和创意时代的到来，文化创意策划越来越受到经济社会和教育界的重视。本书对文化创意策划的基本原理、思维方式、运作程序及技术路径等，进行了理论联系实际的系统阐述。

既具有较高的学术价值，也具有较强的实用价值。

本书适用于高等院校文化产业、文化管理、文化市场营销以及广告、旅游等专业学生，也可以作为创意界、策划界以及文化传播公司、文化开发公司的培训参考资料。

# <<文化创意策划学>>

## 书籍目录

### 引论 走进文化创意策划的新时代

- 一、人类社会已进入创意经济时代
- 二、创意经济的内涵
- 三、创意经济的优势和特点

### 第一章 审视文化

#### 第一节 文化的含义

- 一、文化概念的简要梳理及其对文化创意策划的重要启示
- 二、文化含义的滑动性与文化创意策划的广域性
- 三、周易关于文化的观点及其对文化创意策划的启示

#### 第二节 文化的特性

- 一、文化的后天习得性与文化创意策划的塑造性
- 二、文化的下渗性与文化创意策划的名人效应
- 三、文化的居间性与文化创意策划的框架效应
- 四、文化的特征性与文化创意策划的原创性

#### 第三节 文化力与文化时代

- 一、文化力的概念
- 二、文化力的特征及表现形式
- 三、文化力的巨大作用

### 第二章 反思策划

#### 第一节 策划的兴起及公众形象

- 一、中国现代策划业的兴起
- 二、策划的公众形象
- 三、中国策划业存在的不良风气

#### 第二节 中国谋略文化与策划

- 一、策划与谋略
- 二、中国谋略文化的性质与现代策划谋略的原则及禁忌

#### 第三节 现代科学策划学

- 一、国际视野中的策划
- 二、国内策划界论策划
- 三、与策划相近的术语辨析
- 四、对策划的科学界定

#### 第四节 策划的分类

- 一、对应于社会结构的分类
- 二、对应于行业的分类
- 三、其他分类

### 第三章 认识文化创意策划

#### 第一节 文化创意的性质与类型

- 一、关于创意的界说
- 二、创意、创新、创造辨析
- 三、文化创意的类型及生成规律

#### 第二节 文化策划的含义与品格

- 一、文化策划的含义
- 二、文化策划的品格

#### 第三节 文化策划的特性

- 一、构想性与实效性的统一

## <<文化创意策划学>>

二、前瞻性与现实性的统一

三、功利性与社会性的统一

### 第四节 文化创意策划的三维分析

一、文化的三个维度及多维比较

二、文化创意策划的三种流行方式

## 第四章 文化创意产业与文化创意策划

### 第一节 文化创意产业发展的必然性及概念的提出

一、文化与经济社会的一体化

二、文化创意产业概念的提出

### 第二节 文化创意产业的涵义及特性

一、文化创意产业涵义的复杂性

二、关于文化产业的种种界定

三、文化创意产业的特性

### 第三节 西方马克思主义反对文化产业化的启示

一、复制的欢畅取代独创的寂寞

二、技术的好玩取代艺术的情性

三、市场的君临取代精神的独立

四、平庸的狂欢取代高雅的鉴赏

.....

## 第五章 文化市场与文化创意策划

## 第六章 文化创意策划的法则与策略

## 第七章 创意思维的规律与运行方式

## 第八章 文化创意策划的运用技巧

## 第九章 文化创意策划的主要业态及文案制作

## 第十章 文化创意策划人才的特征与培育

## 参考文献

## 后记

<<文化创意策划学>>

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>