

<<全球化背景下中国文化产业论>>

图书基本信息

书名：<<全球化背景下中国文化产业论>>

13位ISBN编号：9787561433560

10位ISBN编号：7561433565

出版时间：2006-5

出版时间：四川大学出版社

作者：蒋晓丽

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>

<<全球化背景下中国文化产业论>>

内容概要

进入21世纪，中国文化产业迎来了一个春天。

而全球化为这一个春天打上了极其醒目的烙印，也为中国文化产业的研究提供了特殊的语境。

本书正是在这一语境之下对中国文化产业进行梳理、总结和分析，并在些基础上进行具有前瞻性的探讨，不但对上一个世纪中国文化产业予以回顾，也对当下中国文化产业的情况做了深入分析，还对未来文化产业的发展进行了科学预测；不但提出了存在的问题，而且还剖析了问题产生的深层次原因，更提出了解决问题的办法；不但对现行政策进行了科学的阐释和把握，还为今后文化产业政策的制定提供了参考。

本书作者既有深厚的学术背景，也有丰富的从业经验，他们深入调查，多方求证，殚精竭虑，力求产业佳作，以飨读者。

<<全球化背景下中国文化产业论>>

书籍目录

第一章 文化体制改革与公共文化的市场化运作 第一节 和谐社会与公民文化权利 第二节 文化事业的改革与发展 第三节 公共文化的大众化市场化运作第二章 文化产业类别及行业界定 第一节 我国文化产业的定义及分层 第二节 我国文化产业的分类情况 第三节 其他主要国家文化产业分类概况第三章 新世纪文化产业的特点第四章 中国特大型城市文化产业发展及比较 第一节 四城市文化产业发展的共同点 第二节 深圳文化产业 第三节 广州文化产业 第四节 上海文化产业 第五节 北京文化产业第五章 中国文化产业消费市场分析 第一节 中国文化产业化进程 第二节 中国文化产业消费市场的形成 第三节 中国文化产业消费市场的现状及特点 第四节 中国文化产业消费群体分类第六章 实施文化产业品牌发展战略 第一节 强势品牌环境的清理 第二节 强势品牌核心价值的提炼 第三节 强势品牌的维护 第四节 文化产业的品牌延伸 第五节 文化产业的 brand 创新第七章 文化产业经营管理人才的开发 第一节 人才开发的时代要求 第二节 经营管理人才现状 第三节 经营管理人才发展战略 第四节 人才结构模式 第五节 人才开发策略第八章 搭建文化交流互动平台 第一节 全球化背景下的文化交流 第二节 文化交流的双向同构机制 第三节 文化交流的多层次性 第四节 文化交流的共生共荣第九章 中国文化产业发展的挑战与突围 第一节 文化产业与社会发展 第二节 中国发展文化产业面临的挑战 第三节 中国文化产业发展的突围策略 第四节 中国文化产业发展的道路选择参考文献

<<全球化背景下中国文化产业论>>

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>