第一图书网, tushu007.com

<<在文化传播与市场运营之间>>

图书基本信息

书名：<<在文化传播与市场运营之间>>

13位ISBN编号：9787807402879

10位ISBN编号：7807402873

出版时间：2008-5

出版时间：上海文化出版社

作者：邓香莲

页数：244

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

内容概要

本丛书由华东师范大学传播学院各专业骨干教师通力合作而成，是他们在相关艺术专业课程教学基础上的最新学术结晶，内容涉及传播学理论及广告传播、影视传播、民俗传播等广泛领域，深具学术的前瞻性与理论的新锐性，并且可读性强，是传播学专业学生必备的参阅书籍，也是传播业各界人士提升自身理论品位的极佳之作。

作者简介

邓香莲，女，1973年9月生于湖南邵阳，2006年于武汉大学获出版学博士学位，并于当年到华东师范大学传播学院任教，主授《选题设计与宣传策划》、《出版社经营管理》、《传媒集团》等课程，主要研究方向为出版营销管理、传播学。
已主编图书《畅销有理》（广东教育出版社出版），参编图书多部，累计发表研究文章三十余篇。

书籍目录

前言1.体制演变进程中的中国高等教育出版产业 1.1 高校教材的双重属性：文化属性和商品属性 1.2 体制演变进程中我国高等教育出版产业的发展历程 1.2.1 出版体制改革及其对我国高等教育出版产业的影响 1.2.2 改革开放以来我国高等教育出版产业取得的成就 1.3对体制演变进程中我国高等教育出版产业内几个问题的思索 1.3.1 非国有书业在高等教育出版产业中的地位与角色 1.3.2 高校教材营销中的寻租行为及其治理 1.3.3 非法出版活动和非法出版物 1.3.4 高等教育出版物库存现状及原因分析2.高等教育大众化背景下的中国高等教育出版产业 2.1 高等教育大众化背景概述 2.1.1 高等教育事业与高等教育出版产业：一个系统论的视角 2.1.2 高等教育大众化的由来和马丁·特罗的高等教育大众化理论 2.1.3 我国的高等教育大众化现状 2.2 高等教育大众化对我国高等教育出版产业的影响 2.2.1 高等教育大众化对我国高等教育出版产业的巨大推动作用 2.2.2 高等教育大众化背景下我国高等教育出版物存在的问题 2.3 高等教育大众化背景下的高校教材建设和评估 2.3.1 高校教材生产的ISO9000质量管理 2.3.2 高等教育大众化背景下的高校教材建设 2.3.3 高等教育大众化背景下的高校教材评估3.新技术条件下的中国高等教育出版产业 3.1 新技术概述 3.1.1 出版新技术 3.1.2 现代教育技术 3.2 新技术对我国高等教育出版产业的影响 3.2.1 新技术对高等教育出版产业的影响 3.2.2 新技术对高等教育出版企业的影响 3.2.3 新技术对高等教育出版物内容和品种的影响 3.3 新技术条件下高等教育出版产业的信息化建设 3.3.1 我国高等教育出版产业的信息化建设现状 3.3.2 我国高等教育出版产业信息化建设的不足 3.3.3 加强我国高等教育出版产业信息化建设的原则与目标 3.3.4 加强我国高等教育出版产业信息化建设的措施 3.4 新技术条件下高等教育出版物的并行开发 3.4.1 高等教育出版物的并行开发思路 3.4.2 高等教育出版物并行开发的特点、关键和核心 3.4.3 并行开发高等教育出版物的过程分析与优化 3.4.4 高等教育出版物的并行开发现状：“立体化教材”的开发4.全球化趋势下的中国高等教育出版产业 4.1 全球化概述 4.1.1 全球化的概念及其形成原因 4.1.2 全球化所带来的经济增长与不平等 4.1.3 全球化趋势下的文化传播 4.2 全球化趋势下的中国高等教育出版产业 4.2.1 全球化对我国高校教材建设的影响 4.2.2 高等教育出版产业走向全球化的表现 4.2.3 高等教育出版产业走向全球化的动力 4.2.4 我国高等教育出版产业走向全球化的趋势和现状 4.2.5 我国高等教育出版产业走向全球化应坚持的原则 4.3 我国高等教育出版产业走向全球化的途径 4.3.1 版权贸易 4.3.2 图书贸易 4.3.3 合作出版5.结束语 5.1 总结 5.2 展望图表索引参考文献后记

章节摘录

1.体制演变进程中的中国高等教育出版产业　　自改革开放以来，我国在建设有中国特色社会主义市场经济的同时，也实行了包括出版体制改革在内的一系列文化体制改革。
在体制演变进程中，一系列的出版体制改革冲破了一个又一个体制性的障碍，极大地解放了我国高等教育出版产业的生产力，直接促进了高等教育出版产业的繁荣和发展。
同时，在体制的带动下，高等教育出版产业内也发生了许多的变化，有些甚至是深刻的、根本性的变化。
1.1 高校教材的双重属性：文化属性和商品属性　　关于教材的属性问题在国外讨论得比较早，也比较成熟。
笔者认为，在对我国的高等教育出版产业进行研究时，尤其是研究处于由计划经济体制向市场经济体制演变进程的高等教育出版产业时，对高校教材的这些本质属性的认识，不仅有利于我们更加客观地认识高等教育出版产业，科学地对待和处理产业发展过程中出现的新情况和新问题，也有利于我们更好地理解，我国在全面建设有中国特色社会主义时进行的包括出版体制改革在内的一系列文化体制改革。
关于教材的属性问题，美国著名的教育学家M？
阿普尔曾经明确地提出，“教材具有文化和商品属性”。
对于高校教材，一方面，“我们强调它是文化产品，是我们生产和消费的一种特殊商品”。
就教材的文化传播属性而言，虽然我们可以从逐步形成的课程社会学（the sociology of curriculum）研究领域中发现：从政治学和经济学的角度，把以教材为载体的现实学校文化传播认真地作为一个问题来研究，只是最近三十来年的事情，但是以教材为传播工具的教育发展史证明了：学校中的“合法”知识是通过教材来实现的。
科学知识构成了教材的内容，这便很好地说明了教材的文化属性。

第一图书网, tushu007.com

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