

<<网络编辑基础>>

图书基本信息

书名：<<网络编辑基础>>

13位ISBN编号：9781934762394

10位ISBN编号：1934762393

出版时间：2008年7月

出版人：Grand Wisdom Publisher Inc

作者：郜永华

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>

<<网络编辑基础>>

内容概要

本书共分七部分进行介绍，第一部分着重介绍网络编辑概念，让网编新人能对自己即将要面对的工作有一个清晰的认识，那就是网络编辑并不是社会上某些人认为的毫无技术含量可言（陈彤和网络编辑、从雅虎中国的失败看网络编辑的重要性），它也是需要诸多基本功和要求的，也不是某些人所认为的那样网络编辑工作是想干都能干的。

能不能干是一回事，干的好不好又是一回事；第二部分是全书的重点，也是作为一个合格网络编辑的工作重点（新闻资讯选择、网络新闻写作、网络新闻标题制作、网络新闻编译、突发事件信息处理、热门事件信息发布与追踪、网络新闻专题制作、人物访谈制作），目的在于让网编新人知道自己日常工作是什么以及在面临时如何应对；第三部分讲网站策划的一些基本原理和该注意的地方，使得网编新人在进行网站策划时有一个大概的认识并遵循这些原理，从而策划出让公司和客户都满意的优秀作品；第四部分，网络编辑运营的基础知识，让网编新人知道目前为止，国内互联网界最常见的网络推广方式，并知道该如何进行推广，在日常工作当中做好新闻资讯的SEO，参与网站整体的推广；第五部分，网编管理，当编辑新人掌握第二和第三部分的时候，应该说，你已经具备了作为网编管理者应有的基本素质，已经是一个合格的网络编辑，你的职位可以在提升一下了，那么你接下来将面临很多问题。

“能力越大责任越大”，这不是一句空话，你需要实现你的团队的流程化，规范化操作，锤炼出优质高效的编辑团队；第六部分，WEB2.0背景下的网络编辑工作。

WEB2.0是一个新概念，由于WEB2.0重视用户之间的交互和用户贡献内容，那么网络编辑工作将相应的会进行一些调整，例如网站策划和网站运营；第七部分（网络编辑职业规划）是本书的落脚点，网络编辑只有在掌握前面六部分的基础上才能要求和拥有更高的职位和更高的薪水！

<<网络编辑基础>>

作者简介

郜永华，七年互联网从业经验。
曾任网站总编，产品经理，运营总监，项目经理。

著作有：《网络编辑基础》，《互联网笔记》，《家饰店开店指南》。

个人博客：<http://gaoyonghua.blog.hexun.com/>

<<网络编辑基础>>

书籍目录

第一章:网络编辑介绍

什么是网络编辑

网络编辑现状

网络编辑分类

网络编辑基本工作内容

网络编辑工作流程

网络编辑基本素质

成为一名合格的网络编辑

正确看待网络编辑工作

本章工作笔记

网络“搬运工”的基本常识

网络编辑的“进身”之阶

陈彤与网络编辑职业兴起

从雅虎中国的失败看网络编辑的重要性

成功站长需要具备的三种素质

第二章：网络新闻编辑基础知识

新闻编辑前言

第一节：新闻资讯的选择

资讯头条的推荐原则

门户和新闻类网站头条资讯的选择原则

娱乐型网站头条资讯的选择原则

电子商务网站头条资讯的选择原则

第二节：网络新闻写作原则

第三节：网络新闻的标题制作

新闻标题编辑的目的和意义

网络新闻标题编辑的6种常规手法

制作网络新闻标题时注意的问题

标题党的可取之处

标题党产生的原因

标题党的分类

标题党常用的编辑手法

网络新闻标题字数限制的原因

网络新闻标题字数限制的目的

第四节：网络新闻编译

网络新闻编译的目的

网络新闻编译过程中注意5点问题

第五节：突发事件的信息处理

第六节：热门事件的发布追踪及注意问题

第七节：网络新闻专题制作

网络新闻专题的目的和意义

什么是网络新闻专题

新闻专题的作用

网络新闻专题的分类

网络新闻专题的构成要素

网络新闻专题策划的共同点

<<网络编辑基础>>

网络新闻专题的实施
网络专题导语写作注意问题
第八节：人物访谈制作
网站人物访谈的目的和意义
网络人物访谈的表现形式
人物访谈的共性
如何确定访谈人物
网站人物访谈制作流程
具体人物访谈的策划
访谈主持人的素质要求
在访谈过程中如何避免冷场
人物访谈写作4注意
完整网站人物访谈栏目规划方案
本章工作笔记
企业人物访谈过程中的基本问题
采访提纲如何写
初级网络编辑如何把握新闻推荐标准
第三章：网络编辑策划基础知识
网络编辑策划基础知识前言
认识网站策划
网站策划的分类
产品策划
运营策划
网络编辑要掌握的策划内容
网站首页如何策划
在产品策划前需考虑的5个问题
产品策划过程中需回答的5个问题
产品策划需把握的3原则
产品策划的总体要求
频道策划
栏目策划
广告条设置的目的和意义
广告条设置的原则
活动策划
网络编辑也该讲用户体验
什么是用户体验
网络编辑的用户体验应用
本章工作笔记
网站的首页应该怎么设置
社区必须主题鲜明
网民实际上是很傻的
如果确实以网民为中心，就露点再露点
产品设计中需重视网站本身的“关系”
社区网站和交互设计
产品设计：研究人的行为和思想的连贯性
从优化谈做站的三阶段
延伸你的产品线

<<网络编辑基础>>

对于用户体验的几个观点

伟大网站的共性

注册, 让用户尽快体验“爽”的感觉

第四章：网络编辑运营基础知识

网络编辑运营基础知识前言

什么是网站运营

为什么要做网站运营

网站运营的内容是什么

网站常见的运营推广方式

新闻资讯SEO优化的9点知识

什么是SEO

为什么要做SEO

搜索引擎工作流程

新闻资讯SEO优化的9点知识

学会使用统计分析工具改进运营工作

本章工作笔记

网站运营的非常规手法报网互动

写好网站推广软文的6个基本点

频道运营该做什么

某网站运营计划（简单版）

个人英雄主义会最终导致社区运营失败

让你的社区动起来

个人网站运营的一些原则

地方新闻网站为什么不能出彩

如何选择网站的突破口及快速正确建设内容

中国家居饰品网seo优化方案书

第五章：网络编辑管理基础知识

网编管理的目的和意义

网络编辑管理的内容

如何确定本站的新闻性格

网络编辑的绩效考核

什么是绩效考核

正确认识绩效考核

网络编辑绩效考核的特点

常见网络编辑的绩效考核内容

制定网络编辑绩效考核事注意的问题

网络编辑工作日志

什么是工作日志

网络编辑工作日志的作用

编写工作日志时需把握的内容

本章工作笔记

某网站编辑操作规范

中国家居饰品网新闻资讯操作规范

网络编辑年度工作计划书

如何打造高效优质的编辑团队

第六章：WEB2.0背景下的网络编辑工作

WEB2.0的定义

<<网络编辑基础>>

WEB2.0下的产品介绍

Blog

Tag

SNS

RSS

Wiki

Web 2.0的主要特点

WEB2.0背景下的网络编辑定位

WEB2.0背景下的新闻编辑

WEB2.0背景下的网络编辑策划工作

产品策划

新闻策划

WEB2.0背景下的网络编辑推广工作

什么是博客营销

博客营销的好处

博客营销的弊端

博客营销的最常见方式

本章工作笔记

Web2.0时代的电子商务网站该如何做

从web2.0精神看产品设计

博客营销需走专业化道路

谁来提供内容

第七章：网络编辑的职业规划

寄语网编新人——做好你的职业规划

网络编辑的职业发展之路

网络编辑的互联网发展之路

频道主编

网站总编

内容总监

运营经理

产品经理

网络编辑的其他职业选择

本章工作笔记

说说产品经理

运营官是怎样炼成的

后记：出版的故事

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>