

<<现代编辑学>>

图书基本信息

书名：<<现代编辑学>>

13位ISBN编号：9787532823673

10位ISBN编号：7532823679

出版时间：1996-12

出版时间：山东教育出版社

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>

## <<现代编辑学>>

### 书籍目录

#### 目录

#### 序言

#### 第一章 绪论

##### 第一节 编辑的产生和发展

###### 一 出版业与编辑

###### 二 古代编辑

###### 三 分清两种编辑

###### 四 现代编辑

##### 第二节 现代编辑学的性质

###### 一 从属于出版科学

###### 二 属于应用科学

###### 三 属于新兴学科

##### 第三节 现代编辑学的研究对象

###### 一 旨在造成出版物的编辑活动

###### 二 编辑活动的社会关系

##### 第四节 现代编辑学的内容和任务

###### 一 现代编辑学内容的特点

###### 二 现代编辑学的任务

#### 第二章 现代编辑与社会生活

##### 第一节 现代编辑的社会地位

###### 一 出版业的核心

###### 二 大众传播中联系作者和读者的中介

##### 第二节 现代编辑的基本特征

###### 一 时代性

###### 二 中介性

###### 三 导向性

###### 四 群体性

###### 五 经营性

##### 第三节 现代编辑的工作规律

###### 一 策划和组织

###### 二 鉴别和优化

###### 三 积累和创新

###### 四 竞争艺术

#### 第三章 出版物

##### 第一节 出版物的精神性和商品性

##### 第二节 出版物的主要特征

###### 一 多样性

###### 二 共享性

###### 三 独创性

###### 四 时效性

###### 五 可转换性

##### 第二节 出版物的主要功能

###### 一 人类文明的标志

###### 二 启迪智慧的源泉

###### 三 宣传和教育的重要工具

## <<现代编辑学>>

四 陶冶情操、净化心灵 丰富文化生活

五 潜在的生产力

第四章 选题与组稿

第一节 选题工作的地位

一 选题是出版社的生命线

二 选题的竞争是出版业竞争的焦点

第二节 选题的策划与决策

一 选题的策划

二 选题的决策

第三节 组稿工作的地位

一 组稿是保证选题实施的具体措施

二 组稿是提高图书质量的根本环节

第四节 组稿流程

一 组稿方案

二 选择作者

三 审定提纲

四 试写样稿

五 签订合同

六 了解写作情况

七 收稿

第五节 作者工作

一 如何看待作者的知名与非知名

二 正确把握对待作者的态度

第五章 原稿审读与编辑加工

第一节 原稿审读

一 原稿审读内容

二 原稿审读程序

三 原稿审读应注意的问题

四 原稿的三审

五 退修与退稿

第二节 编辑加工

一 编辑加工内容

二 编辑加工程序

三 编辑加工原则

四 编辑加工与文责自负

附：一 原稿十忌

二 中华人民共和国国家标准

出版物上数字用法的规定

第六章 校对与图书审读

第一节 校对

一 校对内容

二 校对程序

三 校对方法

四 校对人员的素质要求

五 校对与现代化

附：校对符号及其用法

第二节 图书审读

## <<现代编辑学>>

- 一 图书审读的发展
- 二 图书审读的性质和作用
- 三 图书审读的方法、内容和重点
- 四 图书审读机构和队伍
- 五 图书审读报告
- 六 图书审读档案
- 第七章 书籍装帧艺术
  - 第一节 书籍装帧设计的意义
  - 第二节 书籍的封面设计
    - 一 封面的美术设计
    - 二 封面的技术设计
  - 第三节 图书的版式设计
    - 一 版式设计要求
    - 二 版式设计技术
- 附：书籍常用字号、字体
- 第四节 书籍插图
  - 一 书籍插图的作用
  - 二 书籍插图的组织工作
  - 三 插图创作与制版、印刷 装订的关系
  - 四 插图的版式设计
- 第八章 宣传与促销
  - 第一节 编辑与图书宣传
    - 一 图书宣传是编辑工作的继续
    - 二 图书宣传是促销的手段
    - 三 图书宣传的基本形式
    - 四 写作和组织图书评介文章
    - 五 广告与媒体
  - 第二节 编辑与促销
    - 一 协助发行人员制定正确的销售战略
    - 二 开发潜在的读者市场
    - 三 重视读者信息反馈
- 第九章 编辑手段现代化
  - 第一节 编辑手段现代化的意义
    - 一 现代编辑面临的挑战
    - 二 采用现代化手段对编辑自身发展的影响
  - 第二节 现代化手段在编辑业务中的应用
    - 一 现代化编辑手段的物质基础
    - 二 现代化手段在编辑业务中的应用
  - 第三节 编辑现代化的技术手段
    - 一 利用电子手段处理信息所依据的原理
    - 二 微机常用机型及外部设备
    - 三 常用的汉字输入方法及排版软件
    - 四 汉字文稿的自动校对
    - 五 计算机图像处理技术在美术编辑工作中的应用
    - 六 电子出版物
- 第十章 现代编辑的基本素质
  - 第一节 政治素质

## <<现代编辑学>>

- 一 坚持党的基本路线
- 二 遵守国家法律 遵守宣传纪律
- 第二节 文化素质
  - 一 知识结构三要素
  - 二 学科专业知识
  - 三 语文知识
  - 四 编辑专业知识
  - 五 熟练地运用工具书
- 第三节 业务实践能力
  - 一 指导业务实践的基本思想观点
  - 二 开拓能力
  - 三 策划能力
  - 四 社会活动能力
- 第十一章 现代编辑的职业道德
  - 第一节 职业道德的重要性
    - 一 权利与义务的统一
    - 二 市场行为需要道德规范
    - 三 职业道德的自律作用
  - 第二节 高度的社会责任感
    - 一 编辑职业道德的基本内容
    - 二 把社会效益放在首位
  - 第三节 敬业自重 忠于职守
    - 一 诚实
    - 二 公正
    - 三 进取
    - 四 奉献
    - 五 严谨
- 第十二章 现代编辑与经营
  - 第一节 编辑与市场
    - 一 图书通过市场到达读者手中
    - 二 从生产型转向生产经营型
    - 三 自觉运用价值规律
  - 第二节 现代出版呼唤经营型编辑人才
    - 一 编辑在出版经营中的地位和作用
    - 二 编辑必须懂得经营
    - 三 出版家与出版商的统一
  - 第三节 现代编辑经营策略
    - 一 图书选题策略
    - 二 成本、价格策略
    - 三 市场营销策略
- 第十三章 现代编辑管理
  - 第一节 现代编辑管理的内容
    - 一 管理基础工作
    - 二 专业管理和综合管理
    - 三 出版社内部管理组织及机构设置
  - 第二节 目标管理与编辑岗位责任制
    - 一 目标管理的形成与发展

## <<现代编辑学>>

- 二 目标管理在编辑出版管理中的应用
- 三 编辑岗位目标责任制
- 第三节 现代编辑队伍建设
  - 一 图书编辑队伍基本状况
  - 二 编辑的教育和培训
  - 三 应着眼培养跨世纪编辑人才
  - 四 完善有利于编辑人才成长的机制
- 第十四章 现代编辑与著作权法
  - 第一节 著作权法的基本原则与保护对象
    - 一 著作权法的基本原则
    - 二 著作权法的保护对象
  - 第二节 著作权内容与侵权处罚
    - 一 著作权内容
    - 二 侵权处罚
  - 第三节 出版合同与涉外出版
    - 一 出版合同
    - 二 涉外出版
  - 第四节 计算机软件的著作权保护
    - 一 软件著作权人享有的权利
    - 二 软件著作权的归属与行使
    - 三 软件著作权的继承、许可使用与转让
    - 四 侵权行为及处罚
- 第十五章 期刊与编辑
  - 第一节 期刊的特性
    - 一 期刊是一种重要的传播媒体
    - 二 期刊的特性
    - 三 期刊与其他媒体的异同
  - 第二节 办好期刊的必要条件
    - 一 明确的办刊宗旨和专业范围
    - 二 好的主编和精干的编辑群体
    - 三 一支好的作者队伍
    - 四 符合“版本记录”的有关规定和要求
- 附：中国图书馆图书分类法
- 第三节 期刊编辑工作中的几个问题
  - 一 共同爱好与特殊需要
  - 二 共性与个性
  - 三 创造性和超前性
  - 四 高品位与可读性
- 后记
- 附：封面设计图例

<<现代编辑学>>

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>