

<<畅销有理>>

图书基本信息

书名：<<畅销有理>>

13位ISBN编号：9787540657376

10位ISBN编号：7540657375

出版时间：2005-1

出版时间：广东教育出版社

作者：方卿,邓香莲

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>

## <<畅销有理>>

### 内容概要

畅销书是一种商业现象，是书业企业成功的商业运作的结果。

再好的文化产品，离开了有效的商业运作仍然难以大量行销。

商业运作虽然不可能具有像“传销”所宣称的“给我石头也能卖得出去”那样的魔力，但是，它的确可以将符合文化市场需求的文化产品进行有效地包装并通过科学的渠道大量推向市场。

本书中我们选作案例的图书的畅销都是与出版企业成功的商业运作密不可分的。

案例的意义在于它对同类事件的启迪价值。

我们采撷近年来我国书业企业在畅销书运作方面的一些成功案例编成这本书，希望这些成功的畅销书运作实践能够为我国畅销书的运作提供一些有益参考。

## &lt;&lt;畅销有理&gt;&gt;

## 书籍目录

一、名人传记·随笔 1.编辑慧眼识珠玉，化平凡为神奇 《文化苦旅》 2.编辑提前介入，全程主导运作 《看上去很美》 3.项目负责制和区域竞标的独到运用 《痛并快乐着》 4.名人图书的全程营销策划典范 《不过如此》 5.非常时期的非常出版 《护士长日记》 6.名家真情回忆，营销无为胜有为 《我们仨》 7.美国第一夫人的真实经历 《亲历历史》 小结二、青春校园文学·爱情小说 1.中学生眼中的特区变迁 《花季·雨季》 2.引领网络小说到纸质图书的先河 《第一次的亲密接触》 3.“布老虎”经典品牌运营之杰作 《大浴女》 4.另类学生的非凡作品 《三重门》 5.脱颖而出的美女网络作家 《安妮宝贝》作品 6.开辟青春文学新潮 《蛋白质女孩》 7.“内容为王”和“编创出新” 《菊花香》 8.影视互动畅销代表 《我为歌狂》 9.少年作家的倾力代表 《幻城》 10.哲理小说的梦幻抒情 《不能承受的生命之轻》 小结三、经营·教育·励志 1.平凡的故事，心灵的“鸡汤” 《心灵鸡汤》……四、少儿魔幻小说·绘本五、科普读物

<<畅销有理>>

#### 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>