

2014年北京印刷学院出版学考试大纲  
适用专业：新闻学、传播学、出版学

一、考试要点与相关能力要求

1. 考查编辑、出版理论领域的基本概念、基本原理、基础知识。
2. 考查应用编辑学、出版学基本理论分析出版现象和中国出版活动发展史案例的能力。
3. 考查出版策划和文化创意工作所要求的独立思考、创新思维水平及相应的文字表达能力。

二、考试题型

简要问答、案例分析、论述、写作

三、考试大纲

1. 现代出版学基础理论：出版的概念性质、功能，现代出版学的形成，出版学研究的对象和内容。
2. 出版工作的基本方针与原则：出版工作的基本方针、基本原则和基本任务，出版队伍的建设，出版工作者的基本修养与基本素质。
3. 编辑与出版：编辑的概念与性质，编辑的主要类型，编辑角色与编辑模式，编辑学的研究对象与内容，影响编辑工作开展的因素。
4. 出版物及其构成：出版物的概念、载体演变、标识、基本结构、类型、形态变化，网络出版对传统出版的变革，书籍的构成、类型和计量单位。
5. 出版管理制度与出版形式：出版管理制度及思想理论基础，出版行政管理，出版机构的设立，出版事业与出版产业，出版发行体制改革、《著作权法》、《出版管理条例》
6. 编者和读者：读者的概念、结构，编者和读者的关系，读者需要和读者心理，编辑部的读者工作。
7. 选题策划及组稿：选题与选题策划，选题的原则与选题计划，选题策划的依据、内容和方式，组稿工作，约稿方式与程序。
8. 审稿及编辑加工：审稿的概念、作用、方式和步骤，三审制及存在问题，审稿的具体内容和影响因素，编辑加工的概念、方法、步骤及技巧，辅文和图稿加工。
9. 出版的相关业务：与出版有关的著作权法律知识，出版合同的签订，出版侵权与版权管理，发稿及出版物校对，重印与再版，出版物质量管理，出版物质量保障体系。
10. 出版物装帧设计：装帧设计的内容、指导思想、原则与特点，出版物结构和装订样式设计，出版物的材料设计、美术设计、开本设计和版式设计。
11. 出版物成本及定价：出版物成本的概念、构成及控制，出版物成本核算中的重要概念，出版企业纳税管理，影响出版物定价的因素，出版物定价模式与基本策略。
12. 出版物市场营销：出版物市场营销的概念，出版物市场营销组合，消费者的购买决策，出版物市场划分及特征，出版物分销渠道及购销方式，出版物宣传促销，出版物市场管理，出版物市场的作用与竞争。

四、主要参考书目

1. 《现代出版学》，师曾志著，北京大学出版社，2006年版。
2. 《书籍编辑学概论》，阙道隆等著，辽海出版社，2006年版。