

[首页](#) > [最新目录](#)

最 / 新 / 目 / 录

《出版广角》2021年08期

目录

特别策划

我国出版集团融合发展的路径演进及探索邱菊生;蒋海鸥;6-9

我国出版上市公司数字化教育业务的发展现状透视郭璐;张欣宇;周荣庭;10-14

构建“三体系五工程”，全面推进出版融合发展——以时代出版传媒的数字出版为例卫敏;15-17

地方出版集团内容资源的衍生开发——基于陕西新华出版传媒集团的案例研究王勇安;全浙蔚;18-22

教育报刊集团化发展路径探索——以湖南教育报刊集团改革创新实践为例熊名辉;23-26

新观察

东方文化背景下的出版集团发展优势分析——兼谈中外出版集团管理模式及对比何明星;27-29

俄罗斯儿童青少年图书市场概览韩莹;30-33

产业

大学出版如何践行立德树人的使命毛立刚;34-37

智能时代我国出版企业品牌国际化发展的新思路江翠平;37-40

融合时代主题出版的品牌塑造与传播创新——以“党的诞生地”主题出版为例李立煌;41-43

新时代中国博物馆行业传播工作的发展张雪嫣;44-46

数字时代农家书屋的破局之路孙伟华;47-49

报刊

学术期刊融合发展刍议李中新;50-52

新媒体时代高校校报“空壳化”现象研究——以《陕西科技大学报》为例刘倩;田龙过;53-55

地方新建本科高校学报特色栏目的构建——以“中国新建(应用型)本科高校科研竞争力TOP 20”的高校学报为例金颖男;56-58

医学科技期刊把关与传播的耦合效应分析沈显平;李媚;59-61

实务

盛世重光歌云冈——论《云冈石窟全集》的历史价值与文化意义刘耀辉;62-65

新媒体时代图书网络营销矩阵建设实务研究郑丽珠;66-68

基于阅读循环圈理论的图书馆阅读推广研究刘丽丽;68-70

基于品牌价值延伸的出版机构复合经营策略——以机械工业出版社为例李海港;于宝莹;孙宇科;71-73

新传媒

坚守融合传播阵地，加速党报转型升级——基于《2020全国党报融合传播指数报告》的统计分析郭定岗;74-76

新闻网站两会报道的融合模式创新——以华龙网为例任笑晨;77-79

影响文旅政务微博传播效果因素的实证探究——以“海昏侯”微博为例江美莲;邓艳昕;王玉琦;80-83

学研

无字绘本与儿童阅读建构策略李小峰;郑长龙;83-85

清代方志纂修出版及署名反映的权属问题——以清代巴蜀方志为例涂庆红;86-88

理想、定位与实战教学：地方高校广告学专业10年教改与成效研究刘伟;89-91

阅读观察

从《正定歌谣》谈民间文艺出版的价值及难点闫铮;92-94

大学生思想政治教育图书出版领域的拓展——兼评《大学生思想政治教育与健康》范凌燕;94-96

[点击在线投稿](#)