

北京印刷学院 2014 年出版专业硕士
《出版综合素质与能力》考试大纲

一、考试目的

1. 考察编辑出版学理论、中国编辑出版史、出版物市场、出版管理和著作权方面的综合知识。
2. 考察把握数字出版与出版业热点问题的能力。
3. 考察利用语言文字的能力。
4. 考察分析解决问题的素质和能力。

二、主要考试题型

1. 简答题
2. 论述题
3. 案例分析
4. 写作

三、考试形式

1. 试卷满分为 150 分，考试时间为 180 分钟。
2. 答题方式为笔试，闭卷，允许使用计算器。

四、考试的主要范围

1. 编辑出版理论

出版的概念、属性、前提和特征；出版活动与社会的关系；我国出版工作的指导思想、方针、原则和主要任务；出版物的要素、特殊性和从各种角度作的分类；出版业的特点和构成；我国出版业发展的主要任务。

“编辑”的概念；编辑工作在出版工作中的地位；编辑工作的特点、基本功能；对编辑人员的能力和负责任的要求；编辑应该做的作者工作和读者工作。

2. 数字出版基础

与数字出版相关的概念；数字出版的概念和主要特征；数字出版产品的特点和种类。

3. 近代编辑出版史

新技术对图书装帧形态的影响；晚清政府办的出版机构；关于近代有影响的民营出版机构及其运营模式；中国共产党领导的近代出版机构；近代重要的报纸、期刊品种和图书种类。

4. 出版行政管理

出版行政管理依据的主要法律规范；出版专业职业资格制度；出版单位的等级评估；年度出版计划备案制度；重大选题备案的手续；国家对书号、刊号的管理规定；国家对出版物质量的管理规定；国家对书刊印刷和音像制品、电子出版物复制的管理规定；国家对出版物市场的管理规定；国家对出版活动的扶持政策和奖惩措施。

5. 出版社经营管理

出版社经营的目标；出版社的管理机制；出版社计划管理的内容；出版社的图书质量管理；出版社的纳税管理；出版社的发行渠道建设和客户管理；出版社的用人制度；出版社管理信息系统的功能。

6. 出版物市场

出版物市场的概念和构成要素；出版物市场竞争；出版物市场需求的特征和影响因素；

出版物市场细分的概念、作用和程序；出版物个人市场与集体市场的特征；选择目标市场时应考虑的问题；目标市场的进入策略和定位策略；市场调查的内容和程序；市场营销的策略。

7. 著作权知识

著作权的权利范围；我国著作权法的立法依据、立法原则和主要法律法规；著作权的主体；我国著作权法对作品的保护；关于著作权中人身权、财产权的知识；关于邻接权的知识；关于著作权的归属与保护期的知识；符合合理使用和法定许可规定的作品使用方式；关于著作权的许可使用和转让的知识；关于著作权侵权的具体行为及其行为者应该承担的法律责任的知

识；著作权纠纷的处理方法和诉讼时效；关于出版单位应该尊重作者权利的知识；关于依法保护出版单位与著作权有关的权利的知识。

8. 写作

能熟悉撰写常用文体，做到文字通顺，用词得体，结构合理，文体恰当，文笔优美。

五、主要参考资料

1. 中国编辑学会、全国出版专业资格考试办公室编. 出版专业基础（中级）（2011年版）.上海：上海辞书出版社出版，2011年5月
2. 百道网（<http://www.bookdao.com/>）的“出版”和“数字出版”频道内容