

军队文职人员招聘文学类（出版） 专业科目考试大纲

为便于应试者充分了解军队文职人员招聘考试文学类（新闻传播学）专业科目的测查范围、内容和要求，制定本大纲。

一、考试目的

主要测查应试者应聘新闻、出版文职人员岗位相关的基本素质要素，对新闻、出版及传播知识的掌握程度，以及运用基本理论、基本知识、基本方法分析和解决问题的能力。

二、专业设置和测查范围

文学类（新闻传播学）专业科目为应聘报社、杂志社、出版社、电台、电视台、记者站、文化工作和网络宣传教育中心及有关院校相应教研室等文职人员岗位者设置。设置新闻、出版 2 个专业。测查范围包括文学类（新闻传播学）基础综合和文学类（新闻传播学）专业知识两部分。

文学类（新闻传播学）基础综合部分：为应聘文学类（新闻传播学）专业技术岗位文职人员考试的公共内容。主要包括传播学原理、数字出版、编辑出版学、公共关系学、广告学的基本知识。

文学类（新闻传播学）专业知识部分：为应聘文学类（新闻传播学）专业技术岗位文职人员考试的专业内容统称。各专业分别为：①新闻专业，包括新闻理论、新闻实务的基本知识等；②出版专业，包括出版业及出版行政管理、中国编辑出版史、著作权常识、知识产权法、出版专业实务的基本知识等。

三、考试方式和时限

考试方式为闭卷笔试。考试时限为 120 分钟。

四、试卷分值和试题类型

试卷满分为 100 分。新闻专业试题类型为客观性试题与主观性试题，出版专业试题类型为客观性试题。

五、考试内容及要求

第一部分：文学类（新闻传播学）基础综合

主要测查应试者对新闻、出版专业相关学科基础知识的掌握程度。

要求应试者掌握传播学原理的发展历程与主要理论；了解数字出版的概念与数字出版的类型；了解编辑出版的概念、构成要素及基本常识；掌握公共关系学基本理论，了解公共关系传播的内涵；掌握广告学的基本理论，并运用所学的理论知识观察分析广告实践中遇到的有关问题。

本部分内容包括传播学原理、数字出版、编辑出版学基础、公共关系学基础和广告学基础等。

第一篇 传播学原理

主要测查应试者对传播学原理基本知识的掌握程度。

要求应试者了解传播学学科发展的基本知识；掌握传播学的研究对象及基本问题；熟悉传播学中的主要理论并理解其内涵。

本篇内容包括人类传播活动的历史与发展、人内传播与人际传播、群体传播与组织传播、大众传播、传播效果、大众传播的主要理论。

第一章 人类传播活动的历史与发展

一、从动物传播到人类传播

动物社会传递信息的常见信号；人类语言的特性。

二、人类传播的发展进程

口语传播阶段；文字传播阶段；印刷传播阶段；电子传播阶段；网络传播阶段。

三、信息社会与信息传播

传播媒介的分类：示现、再现、机器媒介系统。

第二章 人内传播与人际传播

一、人内传播

人内传播的定义；人内传播的三种理论。

二、人际传播

人际传播的定义；人际传播的社会功能。

第三章 群体传播与组织传播

一、群体传播

群体的概念和本质特征；群体对个体成员的意义；群体压力与趋同心理。

二、组织传播

组织的概念和结构特点；组织传播的功能。

第四章 大众传播

一、大众传播的概念和特点

大众传播的定义；大众传播的特点。

二、大众传播的社会功能

大众传播的主要社会功能及其主要的理论主张。

三、大众传播的产生与发展过程

大众传播的诞生过程；大众传播依照媒介变革的发展阶段。

四、大众传播的社会影响

大众传播的正面影响；大众传播的负面影响。

第五章 传播效果

一、传播效果的概念

传播效果的三个层面；传播效果的类型。

二、传播效果研究的历史与发展

“子弹论”的基本理论内涵及其产生与发展的简要过程；“传播流”研究的基本结论；“有限效果论”的基本理论内涵。

三、传播效果的产生过程与制约因素

传播主体与传播效果；传播技巧与传播效果；传播对象与传播效果。

第六章 大众传播的主要理论

一、“议程设置功能”理论

“议程设置功能”理论的基本内涵；“议程设置功能”理论的主要意义；“议程设置功能”理论存在的问题。

二、“沉默的螺旋”理论

“沉默的螺旋”理论的基本内涵；“沉默的螺旋”理论的基本特点。

三、“培养”理论

“培养”理论的基本观点。

四、“知沟”理论

“知沟”理论及其反命题；“知沟”理论的意义。

第二篇 数字出版

主要测查应试者对数字出版基础知识的掌握程度。

要求应试者熟悉数字出版的概念及相关概念；了解数字出版在国内外的的发展情况；掌握数字出版的特点；了解数字出版技术；掌握数字出版产品的特点和种类。

本篇内容包括数字出版及相关概念、数字出版的发展、数字出版技术及特点、数字出版产品。

第一章 数字出版及相关概念

一、数字出版的概念

数字出版的定义。

二、与数字出版相关的概念

电子出版；互联网出版；手机出版。

第二章 数字出版的发展

一、数字出版的兴起

国外数字出版的发展；我国数字出版的发展。

二、我国数字出版发展的情况

我国数字出版产生发展的基本历程、基本特点、发展趋势。

第三章 数字出版技术及特点

一、数字出版技术

信息处理技术；互联网技术。

二、数字出版的特点

内容生产数字化；管理过程数字化；产品形态数字化；传播渠道网络化。

第四章 数字出版产品

一、数字出版产品的特点

物理空间利用率高；复制成本低廉，有利于环保；版本更新和发行都能做到快速便捷；方便消费者全面把握知识信息；互动性强，收集反馈信息便捷。

二、数字出版产品种类

数字图书；数字报纸；数字期刊；数据库出版物；手机书；手机报；手机刊；手机音乐；电子书；按需印刷；动漫和网络游戏产品。

第三篇 编辑出版学基础

主要测查应试者对出版学常识和编辑学常识的掌握程度。

要求应试者熟悉出版的概念、构成要素、开展出版活动的条件、出版过程等常识；掌握出版物的属性和种类；掌握我国出版工作的指导思想、方针原则和主要任务；熟悉编辑和编辑工作的基本常识；了解编辑人员所需的素养和技能；熟悉编辑人员与作者、读者的关系。

本篇内容包括出版学常识和编辑学常识。

第一章 出版学常识

一、出版

（一）出版的概念

出版的定义。

（二）出版的构成要素

编辑；复制；发行。

（三）开展出版活动的条件

精神文化资源；人力资源和物质资源；流通传播资源；市场资源。

（四）出版的一般过程

精神产品生成阶段；物质产品生成阶段；产品流通阶段。

二、出版物

（一）出版物的属性

出版物的精神产品属性；出版物的物质产品属性；出版物精神产品属性与物质产品属性的关系。

（二）出版物的种类

图书；报纸；期刊；音像制品；电子出版物；互联网出版物。

三、我国出版工作

指导思想；方针原则；主要任务。

第二章 编辑学常识

一、编辑与编辑工作

（一）编辑的概念

编辑的概念。

（二）编辑工作在出版工作中的地位

编辑工作在出版工作中的地位。

（三）编辑工作的专业特点

选择性；加工性；中介性。

（四）编辑工作的基本功能

文化生产中的设计、组织功能；文化传播中的选择、引导功能；文化创造中的优化功能。

二、编辑人员素养与技能

（一）思想素养

正确的政治方向；高尚的职业道德；严肃的社会责任。

（二）业务素质

合理的知识结构；扎实的文字功底；较强的审美能力。

（三）编辑技能

审稿的技术规范；熟悉字体与字号；校对理论知识及技术。

三、编辑人员与作者、读者的关系

编辑与作者的关系；编辑与读者的关系；编辑在作者与读者沟通中的作用。

第四篇 公共关系学基础

主要测查应试者对公共关系学基本理论的掌握程度。

要求应试者了解公共关系活动的职责与功能、社会组织与人员、公共关系公众、公共关系传播模式与媒介的基本知识，运用所学的理论知识观察分析公共关系实践中遇到的有关问题。

本篇内容包括公共关系活动的职责与功能、社会组织与人员、公共关系公众、公共关系传播模式与媒介。

第一章 公共关系的职责与功能

一、公共关系的职责

公共关系的职业化和角色；公共关系的基本职责；公共关系的具体职责。

二、公共关系的功能

组织战术上的公关功能；组织战略上的公关功能。

第二章 社会组织与人员

一、公共关系的组织机构

公共关系的组织机构及类型；组织设置公关部的作用；公共关系公司；公共关系专业组织。

二、公共关系的工作人员

公关人员的职业定义；公共关系从业人员的素质要求；公关从业人员的职业规范与道德标准。

第三章 公共关系公众

一、公共关系公众概述

公共关系公众的概念与特点；公共关系公众的种类。

二、企业公共关系分析

企业公共关系的意义；企业内部公共关系；企业外部公共关系。

三、政府公共关系分析

政府公共关系的含义；政府有效公共关系的障碍。

四、国际公共关系分析

国际公共关系的概念和原则；国际公共关系的层面；国际公共关系的难点。

第四章 公共关系传播模式与媒介

一、公共关系传播的概念

公共关系传播的概念；公共关系传播的特征与原则。

二、公共关系传播的模式

单向传播模式；双向传播模式；互动传播模式。

三、公共关系传播的媒介

大众传播的新闻媒介；人际传播的媒介；日常应用传播媒介。

第五篇 广告学基础

主要测查应试者对广告学基本理论的掌握程度。

要求应试者了解广告的特性与类别、广告组织与运营、广告实务的基本知识，运用所学的理论知识观察分析广告实践中遇到的有关问题。

本篇内容包括广告的特性与类别、广告组织与运营、广告实务。

第一章 广告的特性与类别

一、广告的特性

广告的含义；广告的基本特征；广告活动的含义；广告活动的内容。

二、广告类别

非商业广告；商业广告。

三、广告的影响和作用

广告对社会文化事业发展的影响和作用；广告对企业经营的影响和作用；广告对消费者的影响和作用。

第二章 广告组织与运营

一、专业广告组织

专业广告组织的类型；专业广告组织的构成和职能；现代广告公司的变革与走向。

二、广告主广告组织

广告主的分类；企业广告部的设置；企业广告部的职能。

三、媒体广告组织

设置媒体广告组织的意义；媒体广告组织的职能；媒体广告组织的结构和业务流程。

四、广告交易制度与费用

广告代理制；交易费用与方式；易货交易制度。

第三章 广告实务

一、广告机会分析

广告环境；消费者行为；产品与品牌；整合营销传播。

二、广告计划

广告计划的含义及特征；广告计划的内容；广告预算；广告计划书的撰写；广告调查。

三、广告表现战略

广告表现；广告创意；广告定位；广告表现手法。

四、广告文案

广告文案的基本概念；广告标题；广告正文；广告口号；广播电视广告词的写法。

五、广告设计与制作

广告设计的视觉构成；平面广告的设计与制作；电子广告的设计与制作；电脑设计基础的运用；其他技术手法的运用。

六、广告媒体的运用

广告媒体的类别和特点；媒体计划；媒体组合策略；广告日程决策。

第二部分：文学类（新闻传播学）专业知识

出版

主要测查应试者对出版业及出版行政管理、中国编辑出版史、著作权常识、知识产权法、出版专业实务等内容的掌握程度。

要求应试者掌握我国出版业及出版行政管理的基本概况；了解我国编辑出版史，特别是近现代和当代社会主义出版事业的发展概况；掌握我国著作权和著作权法的相关知识；掌握涉及出版专业实务的基本常识，并能运用所学理论知识分析和解决出版实践中遇到的相关问题；熟悉我国知识产权法的基本制度及内容。

测查内容包括出版业及出版行政管理、中国编辑出版史、著作权常识、知识产权法、出版专业实务。

第一篇 出版业及出版行政管理

主要测查应试者对出版业及出版行政管理基本常识的掌握程度。

要求应试者了解我国出版工作的指导思想、方针原则和主要任务；了解我国出版业的主要构成；了解出版专业技术人员的主要类别；了解出版行政管理的组织构成；掌握四类主要出版行政管理活动的基本内容。

测查内容包括出版业、出版行政管理等。

第一章 出版业

一、出版业及其构成

（一）出版业

出版业的概念；我国出版工作的指导思想、方针原则和主要任务。

（二）我国出版业的构成

出版单位；制作单位；印刷复制单位；发行单位；出版专业教育单位；出版科研单位。

二、出版专业技术人员

编辑类；技术编辑类；校对类。

第二章 出版行政管理

一、出版行政管理的概念、任务和部门

出版行政管理的概念；我国出版行政管理的主要任务；各级政府出版行政管理部门。

二、对设立出版物生产经营单位的管理

设立出版单位的审批；设立印刷单位的审批；设立复制单位的审批；设立发行单位的审批。

三、对出版从业人员的管理

职业准入与岗位准入；职业资格登记；专业技术人员须承担的法律风险。

四、对出版活动的管理

业务范围与出版资格准入制度；重大选题备案；书号、刊号管理。

五、对出版物的管理

（一）对出版物内容的管理

支持、鼓励出版的出版物类型；禁止出版的出版物类型。

（二）对出版物质量的管理

出版物质量的项目及其标准；出版物质量管理的实施。

第二篇 中国编辑出版史

主要测查应试者对中国编辑出版历史知识的掌握程度。

要求应试者了解我国古代编辑出版活动产生与发展的基本常识；掌握我国近现代编辑出版事业的主要知识；熟悉我国社会主义出版事业形成与发展的历史。

本篇内容包括我国古代编辑出版活动、我国近现代编辑出版事业、我国社会主义出版事业。

第一章 我国古代编辑出版活动

一、中国各民族语言文字的产生与发展

汉字的产生与发展；少数民族文字的产生与发展。

二、早期文献载体

纸发明以前的文献载体。

三、纸的发明及其影响

纸的发明；蔡伦造纸及其贡献；纸的推广应用及对社会文化的影响；造纸术向国外的传播。

四、印刷术的发明、发展

印刷术发明与发展的主要过程；世界上最早的活字印刷术的发明者；铅活字印刷技术的发明者。

五、古代图书的生产与流通

（一）古代图书的生产

古代的图书；古代的刻书业；古代刻书业的编辑工作。

（二）古代图书的流通

早期书市；印刷术发明后图书的流通。

第二章 我国近现代编辑出版事业

一、近代中国印刷业对西方技术的引进、应用与发展

（一）西方技术的引进与应用

近代印刷技术传入；石印技术兴盛；铅印技术主导地位形成。

（二）近代印刷业的发展

商务印书馆印刷厂；中华书局印刷厂。

二、中国近代出版印刷机构的创建

（一）墨海书馆

（二）地方官书局

金陵书局；浙江官书局；北洋官书局。

（三）洋务派创办的出版机构

京师同文馆；上海同文馆；海关总署造册所所设印刷厂；南洋公学译书院；福州船政学堂；江南机器制造局总局翻译馆。

三、近现代民营出版机构

民营出版机构的崛起；上海成为中国出版中心；五大书局（商务印书馆、中华书局、世界书局、大东书局、开明书店）；生活书店；近代民营出版机构的运营模式。

四、中国共产党领导的近现代出版机构；

上海共产主义研究小组；新青年社；人民出版社；中央出版局；新华书店。

五、近现代重要的报纸、期刊品种和图书种类

（一）近现代报纸

《中外新报》；《申报》；《大公报》；《新华日报》；《解放日报》。

（二）近现代期刊

《察世俗每月统计传》；《东西洋考每月统计传》；《万国公报》；《瀛寰琐记》；《时务报》；《东方杂志》；《新青年》；《良友》。

（三）近现代图书

教科书与教育类图书；翻译图书；古籍；工具书；丛书。

第三章 我国社会主义出版事业

一、我国社会主义出版业的形成

统一全国新华书店；实行出版、印刷、发行专业分工；建立国营出版单位；对私营出版业进行社会主义改造。

二、出版业的改革与发展

出版业体制改革概况；图书发行体制改革；图书出版单位的转企改革；公益性出版事业单位和经营性出版企业单位。

第三篇 著作权常识

主要测查应试者对著作权常识的掌握程度。

要求应试者了解著作权与著作权法的基本概念，我国著作权法的立法依据、立法原则和主要法律法规；掌握作品和著作权人的概念，以及与著作权有关的主体、客体、归属、期限、使用许可、侵权责任等知识；了解出版单位使用作品的付酬原则和付酬方式，能够运用所学理论知识分析和解决著作权实践中遇到的有关问题。

本篇内容包括著作权与著作权法的概念、作品及其著作权人、著作权利、著作权的许可使用与限制、侵犯著作权的法律责任。

第一章 著作权与著作权法的概念

一、著作权

著作权的概念；著作权的构成；著作权的特征。

二、著作权法

（一）我国著作权法的立法依据和立法原则

我国著作权法的立法依据；我国著作权法的立法原则。

（二）我国有关著作权法的主要法律法规

《中华人民共和国著作权法》；《中华人民共和国著作权法实施条例》；《计算机软件保护条例》；《著作权集体管理条例》；《信息网络传播权保护条例》；《广播电台电视台播放录音制品支付报酬暂行办法》。

第二章 作品及其著作权人

一、作品

（一）我国著作权法给予保护的作品种类

文学作品；口述作品；音乐、戏剧、曲艺、舞蹈、杂技艺术作品；美术、建筑作品；摄影作品；电影作品和以类似摄制电影的方法创作的作品；图形作品和模型作品；计算机软件；

法律、行政法规规定的其他作品。

(二) 不适用著作权法保护的几种客体

立法、行政、司法性质的文件；时事新闻；历法、通用数表、通用表格和公式。

二、著作权人

(一) 原始著作权主体

自然人作者；视为作者的组织；作者身份的认定。

(二) 继受著作权主体

著作权继承者和受遗赠者；著作权转让中的受让人。

(三) 作品著作权的归属

“著作权属于作者”；特殊情况。

第三章 著作权权利

一、人身权

发表权；署名权。

二、财产权

复制权；发行权；信息网络传播权；改编权；翻译权；汇编权。

三、著作权权利的保护期

无期限保护的条件；有限期保护的期限。

第四章 著作权的许可使用与限制

一、许可使用的含义及其常见方式

许可使用的含义；许可使用的常见方式。

二、著作权许可使用合同的主要内容

许可使用的权利种类；许可使用的权利是否专有；许可使用的地域范围、期间；付酬标准和办法；违约责任；双方认为需要约定的其他内容。

三、出版单位使用作品的付酬

(一) 付酬原则

平等原则；公平原则；等价原则；协商一致原则。

(二) 出版图书的付酬方式

版税方式；基本稿酬加印数稿酬方式；一次性付酬方式。

四、著作权利限制

著作权利限制的概念；我国的著作权利限制方式。

第五章 侵犯著作权的法律责任

一、民事责任

停止侵害；消除影响；赔礼道歉；赔偿损失。

二、行政责任

行政责任的界定；行政处罚依据。

三、刑事责任

刑事责任的概念；刑事处罚种类。

第四篇 知识产权法

主要测查应试者对知识产权法基本理论及专利法、商标法、反不正当竞争法等专门法律和知识产权国际保护有关知识的理解掌握。

要求应试者熟悉和掌握我国知识产权法的基本制度及内容，了解我国参加的国际知识产权保护的国际公约内容，具有对知识产权保护的法律意识，以及解决理论与实践中所遇到的问题。

本篇内容包括知识产权法、专利法、商标法、反不正当竞争法、知识产权国际条约和世界贸易组织《与贸易有关的知识产权协定》。

第一章 知识产权法基本概念

一、知识产权的概念

知识产权的概念；知识产权的对象；知识产权的分类、性质以及与其他民事财产权利的区别；知识产权与民法的关系；知识产权制度的作用、历史和现状。

第二章 专利法

一、专利权的内容

专利权的内容；专利权人的义务和违反义务的制裁手段；专利权实施许可。

二、专利权的主体

发明人、申请人和专利权人的概念；职务发明人及其所在单位；专利权的归属。

三、专利权的保护

专利纠纷的解决方法、专利侵权行为的判定。

第三章 商标法

一、商标法概述

商标的概念及其法律特征；商标和专利的区别与联系；商标法的基本原则。

二、商标权对象

商标的分类；商标使用和注册的积极和消极条件；注册商标的积极意义。

三、商标权

商标权的概念、内容、特征；商标权主体的概念及其范围；商标权客体的概念；商标权人的义务；商标权取得的方式；我国商标权取得的原则；未注册商标的法律地位。

第四章 反不正当竞争法

一、反不正当竞争法概述

不正当竞争行为的概念与构成要件。

二、反不正当竞争法在知识产权法中的地位

反不正当竞争法与知识产权的关系；反不正当竞争法在知识产权中的地位。

三、侵害知识财产的不正当竞争

侵害商业标记的不正当竞争；侵害智力成果的不正当竞争。

四、滥用知识产权的不正当竞争

知识产权人滥用实体权利的不正当竞争；知识产权人滥用救济手段的不正当竞争。

第五章 知识产权国际条约和协定

一、知识产权国际条约概述

知识产权国际条约；知识产权国际条约在国内法中的地位和效力。

二、保护工业产权巴黎公约

《巴黎公约》的原则。

三、伯尔尼保护文学和艺术作品公约

伯尔尼公约概况、结构、适用范围与原则；《伯尔尼公约》对发展中国家的优惠待遇。

四、知识产权其他主要国际条约

世界知识产权组织版权条约与表演和录音制品条约；保护表演者、录音品制作者和广播组织的国际条约；专利合作条约；商标国际注册马德里协定与马德里议定书。

五、世界贸易组织《与贸易有关的知识产权协定》

知识产权协定概述；知识产权协定的结构特征、保护范围与原则；知识产权协定在实体保护标准方面的主要原则；知识产权协定在执行程序方面的主要规则；知识产权的其他规则。

第五篇 出版专业实务

主要测查应试者对出版专业实务的掌握程度。

要求应试者了解出版专业实务的相关内容；掌握出版专业实务的基本内容，运用所学的理论知识观察分析出版实践中遇到的相关问题。

本篇内容包括信息检索、编辑工作、书刊整体设计、书刊校对工作、书刊印制、出版物发行、编辑应用文写作。

第一章 信息检索

一、信息检索

字典、词典和百科全书的类型、特点、功用；类书和政书的概念；书目、索引和文摘知识；年鉴的特点、功用、类型和常用年鉴的特色。

二、印刷型工具书的排检方法

印刷型工具书的排检方法；字顺法的主要类型和特点；中国图书馆分类法的主要类型和特点。

三、计算机信息检索

计算机信息检索的特点、类型；计算机检索的基本方法；互联网搜索引擎；网络信息检索的技巧。

四、出版工作常用信息检索方法

图书报刊资料的检索途径；字、词、成语的检索途径；典故、诗词文句的检索途径；综合性百科资源的检索途径；人物、机构、历史、地理资料的检索途径；科技资料的检索途径。

第二章 编辑工作

一、信息采集

信息采集的作用；编辑需要采集的信息内容和采集信息的方法；信息处理的步骤。

二、选题策划与组稿

选题策划的作用；选题策划的要求和基本步骤；期刊选题策划的特殊之处；选择稿件的标准；组稿的方式和步骤。

三、审稿

审稿的作用；审稿的要求、方法和对稿件作出质量评价的能力；撰写审稿意见的方法和要领。

四、编辑的加工整理

编辑加工整理的作用；编辑加工整理的原则、步骤、方法和加工整理的内容范围；摘转

稿件的要求；期刊编辑加工整理的特殊之处。

五、审定发稿

审定发稿总要求；审定发稿的具体工作内容和要求。

六、审定发稿后的编辑工作

校样处理和样书、样刊检查的要求；出版物宣传工作和反馈信息的收集；图书的重印和再版。

七、非印刷型出版物的编辑工作

音像和电子出版物编辑工作内容及其特点；互联网出版编辑工作内容及其特点。

第三章 书刊整体设计

一、书刊整体设计概述

书刊整体设计的概念、基本原则和总体要求。

二、书刊的形态

书刊外表部位的名称和书刊的基本组成部分；书刊开本知识；书刊装订样式种类。

三、书刊的结构部件及其设计要素

图书和期刊的必备结构部件及设计要求；图书和期刊的可选结构部件及设计要求。

四、书刊版式设计概述

书刊版式设计的基本要求；书刊的版面结构；书刊的版面类型。

五、书刊版式设计要素

版面；版心；字体、字号；符号、线条、底纹；插图；表格。

六、书刊正文书页版式设计

书刊版式设计的行业用语；书刊正文主体文字、标题的版式设计要求；页码和书眉的版式设计要求；版式设计的批注方法；期刊与图书在版式设计上的异同。

第四章 书刊校对工作

一、校对在出版工作中的作用和地位

校对的概念；校对的功能；校对在出版工作中的作用和地位；形成校样的方式。

二、校对的方法、工序与制度

校对的基本方法种类；对校法的操作要点；校对的基本工序；校对符号的用法和校对工作的规范化操作；校对工作的基本制度。

三、书刊常见差错类型及出错原因

书刊常见差错类型；查改文字差错的方法和技巧。

第五章 书刊印刷

一、书刊印制概述

书刊印制的概念；印刷的要素；模拟印刷、数字印刷的种类及其特点；书刊印制工艺流程；印刷用纸的种类。

二、书刊印制常用材料

书刊印刷用纸的计算方法；胶印油墨的特点和常用种类；装帧工艺材料的种类；装订材料的种类。

三、书刊印前制作

原稿检核对象及检核的要求与方式；文字、图形和图像的输入和存储方式；图像、图形处理所包括的内容；组版的处理对象和常用组版软件；图文输出、印刷制作和打样。

四、书刊的印刷与装订

印刷的工艺原理和彩色印刷的呈色原理；影响印刷质量的因素；印刷品常见质量问题；装订方式；书刊印刷和装订质量要求。

第六章 出版物发行

一、出版物发行概述

出版物发行的概念、构成要素和特点；出版物发行在出版工作中的地位；出版物发行的主要环节和出版物发行的程序；出版物发行的商流、物流、信息流和资金流。

二、出版物购销

出版物购销形式；出版物发行折扣。

三、出版物发行方式

出版物总发行的特点；出版物批发的特点、作用和具体形式；出版物批销的操作要点；出版物零售的特点、作用和零售机构的分类；出版物进出口贸易的概念、形式和相关程序。

四、出版物发行渠道

图书、报刊、音像制品和电子出版物的发行渠道。

五、出版物物流

出版物物流的概念和特点；出版物合理库存量管理和退货管理；出版物数字化发行。

六、面向消费者的相关活动

出版物发行中面向消费者的相关活动的种类。

第七章 编辑应用文写作

一、编辑应用文概述

编辑应用文的概念和特点。

二、内部编辑业务文件

调研报告、选题报告、编辑计划、审稿意见等内部编辑业务文件的撰写要领。

三、编辑工作书信

约稿信、退修信、退稿信、日常联系信、答读者信等编辑工作书信的撰写要领。

四、书刊辅文

书刊辅文的种类和撰写要领。