

# 选题策划案(优质5篇)

每个人都曾试图在平淡的学习、工作和生活中写一篇文章。写作是培养人的观察、联想、想象、思维和记忆的重要手段。范文书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇范文呢？以下是小编为大家收集的优秀范文，欢迎大家分享阅读。

## 选题策划案篇一

制作流程：策划选题——确定选题——每位参与者提交方案——负责人汇总后分发给每位参与者——每位参与者对所有方案分别进行打分——负责人根据打分情况进行加权处理——选出分值最高的方案——吸取落选方案中的亮点引入其中——专题策划定型——分工制作——收集资料——汇总资料——填充资料——延展资料——展现独家——完成。

关于专题的分类，目前只能按照专题来源和生存周期不同，笼统分为事件类专题、主题类专题、挖掘类专题和栏目类专题。

其二，主题类专题。一般源自于可预见的主题，宣传性、服务性较强，在策划上是主动的，持续周期由策划或者主题进程共同决定。如党的xxx专题、2008年北京奥运会专题等等。

处理不当必然导致整个专题内容不丰满，后天畸形。栏目设置应该运用散发性的思维，从新闻实际出发，把思路外延，构建一个内容丰满的新闻专题，然后根据各个栏目的重要性合理分配栏目位置。

其一，多角度。一个事件从不同角度关照，有不同的立尝成色。最明显的例子，是对同样一个新闻事件，媒体之间的报道不同、甚至是冲突。作为没有原创权的我们来说，我们无法从实证的层面辩解真伪，但是我们有一个得天独厚的优势，

是可以同纬度的展现。

例如，对广州岗顶爆炸案的报道，南都和新快的报道是冲突的，我们可以在同一个页面上，同时展现二者之间的差别。最简单的方法是利用摘要的空间做文章，把两家的对立报道用图表、表格的方法一目了然的表达出来。清晰、直观，给用户展现不同媒体的事实，是非自有公断。

在我们日常的专题中，也的确做到了多体裁。问题在于我们没有将一类体裁归纳、汇总，而是各类体裁混杂在一起，这样就会“显得”我们没有条理性，没有将事件做透。功夫已经花了，但就是最后分类的环节没有做好，页面就逊色很多，可惜。

其一，忌平淡无奇，应突出特色与优势

其二，忌滥竽充数，内容应呈层级式

其三，忌碎片化，宜保持完整线索

信息在不断更新，旧的信息很快被新的信息淹没，而受众不可能一点不漏地全程阅读所有内容，如果没有相关的导读手段，他们很难对事件的整体发展线索有清晰的把握，他们看到的内容可能是碎片化的。

因此，专题中应该设置能反映基本发展线索的内容，如对事件起源的介绍，并且将它们放在专题首页的显著位置。在整体栏目的设置上，也应该用更好的方式体现这种线索的完整性。也可以运用“时间线”这一手段，以时间为线索，将事情发展的完整脉络梳理出来。

其四，忌“堆砌式”，应深度拓展

其五，互动忌“摆设”，力求互动有效性

## 选题策划案篇二

### 第一节 选题策划概述

#### 一、选题策划的概念

2. 作用：把握出版生产秩序，保证和提高出版物的质量，塑造出版单位的品牌形象。

3. 类型：按规格分为系列性、成套性、单项性选题；按重要性可分为重点和一般选题；按制订时机分计划内、计划外选题。

#### 二、选题策划的基本步骤

（一）基础准备：对各种信息进行筛选和选择利用；

2) 社会生活呈现出怎样的发展态势，它与选题有多大契合度；

3) 社会的文化需要是什么，与选题特色关联，未来竞争力如何。

（四）选题优化：根据论证意见、在组稿等过程中实际情况，对原有选题部队修改和完善。

### 第二节 信息采集

…… …… 余下全文

## 选题策划案篇三

虽然每天做的工作大同小异，但是总会有千奇百怪的问题跑出来打断你的思路，让你每次不得不放下手头的任务去解决，等在回过神来时的时候，什么思路、灵感、想法都没有了，一

切都要重新来。

## 1、关于选题

我们组的成员大多对选题的认识程度也不够，不清楚好选题该是怎样挖掘出来的，屡次强调后的结果只有两个：一个就是没有选题，一个就是滥竽充数。导致做出来的书，既难做，又难卖。

在选题筛选上，为了照顾每一位老师的情绪，没有精挑细选，认识到问题的严重性，走入一个量大于质的误区。在以后的工作中会加强大家对选题的重视意识，做好选题的沟通工作，精中选精，也希望能公司也能给予相关的培训。

## 2、关于工作流程和效率

每次做书都尝试不同的方法来整合资料，希望能找到最优的方案，在最短的时间完成任务，但是每次都会陷入瓶颈，希望在以后的工作中，多与有经验的同事分享提高工作效率的经验，也给后来的同时起到榜样教育作用。

## 3、关于征订单和宣传活动

## 4、关于要不要给建议

但是经过几个月的考察来看，这种想法似乎是过于理想化了、行不通。因为不仅没有新的开拓，连老编的“经验之谈”都被其认为是没用的个人想法。这个时候已经由“教不教”的问题，转到了“听不听”的问题，问题的主体发生了变化，就不知道怎么努力了。

## 5、关于培训和拓展训练

## 选题策划案篇四

4选题名称

重生之擅始善终

列选依据及目的

选题内容

体裁：小说

篇幅：41798

2选题的价值

同类出版物的比较

### 【与《千金归来》比较】

《千金》情节更丰富，伏笔多，高潮迭起，但前半部叙事过多，偏平淡。

故事情节以女主人公为主线展开，人物的刻画上比较贴近现实——没有绝对的好人或坏人，但整体的人物性格都较为正面，比较积极阳光。而《千金》场面铺设大，人物多，但塑造不鲜明。情节上的不连续，使得配角几乎是“上一批走一批”。因为全文是围绕女主“复仇“展开”，主角的性格比较偏阴暗，相比起《擅始善终》更加压抑。《千金》对于人物心理的把握很细腻，但过于理想化，书中“坏人”多数为“纯坏”，让人有“崩坏感”。

点。主人公的性格比较阳光正面，宣扬一种乐天的价值观。

代表作：《谁是谁的谁》《擅始善终》《时光荏苒曾非君》  
《双截棍与荷叶鸡》（连载中）

读者对象

读者定位为钟爱小说的年轻女性。其中主要读者应为有一定收入的女白领和有阅读习惯的青年女学生。

双效益预测

社会效益：“重生”话题流露出人们对现实生活常常有种种的不满，进而渴望能够“回到过去”改变些什么。表达了人们对逝去过往的追悔和对未来美好生活的一种向往。另一方面，本书中女主人公回到过去，对亲人、朋友、爱人的珍视，也宣扬了一种“珍惜现在时光”“珍惜身边人”的生活态度。并且，与大多数重生相似，回到过去的主人公对于知识的重视，也在一定程度上起到了鼓励读者好好学习，汲取知识的作用。

销售周期：三个月-六个月

交、发稿时间

发稿时间：完成审稿工作需时5天，可于2013年11月2日前发稿

其他应说明的情况

## 选题策划案篇五

《新闻现场》

围绕当前社会大众感兴趣的问题，涉及社会生活的各个方面进行较广泛深入的报道，揭露表层之下的实质问题。

1. 功能定位：《新闻现场》栏目将突出电视媒体的服务性和引导性。作为一档杂志型早间新闻栏目，《新闻现场》立志为大众带去最新、最需要的新闻资讯，让受众在清早刚起床就能与社会做良好的沟通，成为一剂重要的润滑剂；同时传播先进的思想理念，引导受众积极正确的人生观、价值观。

2. 内容定位：《新闻现场》的选题可基本归纳为五个方面。

(1) 国内外重大事件，如日本级大地震；

(2) 民生改革话题，如医疗保险、住房问题；

(3) 影响重大的社会事件，如国家货币升值带来的社会影响；

(4) 平民人物的现实生活及其引发的社会状况；

(5) 文化艺术生活服务资讯。

3. 受众定位：《新闻现场》的五个选题兼顾了新闻性、社会性和时代性，站在平民百姓的角度透视正在发生的社会生活全貌。其覆盖面宽广，角度精锐，必将带来大范围的受众，为创造优秀电视栏目提供了可能。

《新闻现场》给主持人定位的风格是端庄亲切、活泼自然。要求主持人以明快流畅的口语播报新闻，这种有别于严肃正式的新闻播报方式树立了《新闻现场》清新舒适的风格，让观众一早醒来在愉悦的心情中观赏节目。

《新闻现场》是一档杂志型早间新闻栏目。

1、时间：每天早上7点10分至7点50分（包括4分半钟广告）；

2、基本形式：分为4个板块；国内外重大事件、民生改革、具影响力的社会事件和平民人物文化艺术生活。服务资讯的时间比例是1：3：2：4。广告在一个板块结束后插播，共三

次，每次1分半钟。这种“杂志式”结构，给予电视新闻节目紧凑而完整的特点，环环相扣，一气呵成，给观众很强的视觉冲击力和思维连贯性。

3. 主持人造型、服饰：在主持人的包装上定位为时尚不乏端庄，亲切自然。

4. 推广：如今的时代单靠节目质量提高收视率似乎已不合适宜了，在节目保证质量的前提下做好节目的包装及推广是十分有必要的。大到台里的推介片小到栏目工作人员的名片上都印上节目的播出时间、定位和主旨。让更多的人知道这样一档栏目，并努力让受众把观看这档节目形成一种习惯。

1. 本栏目的结构形式是杂志型新闻栏目，富含大量的新闻资讯，吸引受众眼光。

2. 栏目定位一别以往严肃正派的新闻播报方式，以亲切自然的形式将新闻传播给受众，注重受众心理。

3. 在新闻选题上注重民生和艺术文化生活资讯，贴近受众生活。