## Оглавление диссертациикандидат философских наук Есенькин, Борис Семенович

Введение 3 ^

Глава 1. Взаимосвязь культуры и рыночных отношений как предпосылка разработки философии книжного бизнеса

1.1 .Книга как товар и как социокультурный феномен

1.2.Понятие «книжный бизнес» и его развитие в контексте русской книжной культуры

1.3.Современные тенденции формирования книжного рынка России: культурологический подход

Глава 2. Философский потенциал книжного бизнеса ф 2.1.Философия книжного бизнеса: понятие, статус, проблематика 84 2.2.Основные направления формирования философской концепции книжного бизнеса 98 2.3.Опыт реализации философской концепции книжного бизнеса (на примере Торгового Дома «Библио-Глобус»)