

<<电影市场营销中的媒体策略研究>>

图书基本信息

书名：<<电影市场营销中的媒体策略研究>>

13位ISBN编号：9787106028305

10位ISBN编号：7106028304

出版时间：2007-10

出版时间：中国电影

作者：吴曼芳

页数：194

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

## <<电影市场营销中的媒体策略研究>>

### 内容概要

《电影市场营销中的媒体策略研究》对传统电影市场营销方式进行了科学的总结和分析，并引入好莱坞的媒介整合营销传播理念，把电影市场营销学提升到一个崭新的发展阶段。书中具体包括了：确立中国电影市场的整合营销观念、电影市场营销中的促销策略、电影市场运作中的媒介与媒介策略等方面的内容。

## <<电影市场营销中的媒体策略研究>>

### 作者简介

吴曼芳，北京电影学院副教授，教研组组长。  
主讲《传播学》、《媒介经营管理》。  
《中国电影产业年报》、《中国动画产业年报》副主编。  
著有《电影市场营销中的媒体策略研究》、《媒介的政府规制》、《媒介经营与管理》、《媒介产业组织学》及《电影企业上市运营研究》等多部专著。  
2008年被学院评为“师德十佳”。

## &lt;&lt;电影市场营销中的媒体策略研究&gt;&gt;

## 书籍目录

序 引言

第一章 确立中国电影市场的整合营销观念

第一节 电影产品特征一、电影作为产业二、电影作为传播媒介三、电影作为艺术

第二节 电影的消费特征一、集体性消费二、一次性消费三、参与性消费四、风险性消费五、被动性消费六、无产权性消费

第三节 电影产品市场的SWOT分析

第四节 确立中国电影市场的整合营销观念一、整合营销传播理论的导入二、电影整合营销传播理论三、与利害关系者沟通

第五节 电影整合营销模式的确立一、传统的营销模式二、电影整合营销传播企业模式三、电影营销的全面整合

第二章 电影市场营销中的促销策略

第一节 电影促销、促销组合一、促销与电影促销二、促销组合

第二节 促销渠道与促销手段一、促销渠道二、促销手段三、促销效果评估

第三节 广告促销一、广告的概念、功能和特点二、广告策略三、广告媒体的选择四、非媒体广告促销

第三章 电影市场营销中的受众分析

第一节 媒介与受众一、关于受众二、媒体选择与受众形成

第二节 电影受众分析一、好莱坞的经验二、国内电影受众细述与阐释

第四章 电影市场运作中的媒介与媒介策略

第一节 媒介的概念与类型一、媒介的概念二、媒介的类型

第二节 媒介与电影的市场运作一、媒介在电影市场运作中的作用二、我国电影市场运作的现状与问题

第三节 媒介策略要解决的问题一、确定媒介目标二、确定目标对象三、媒介投放区域决策四、媒介宣传时间决策五、媒介到达广度与深度的权衡六、媒介选择与利用

第五章 电影市场营销中媒介计划的制订

第一节 媒介计划概述一、媒介计划二、媒介计划的基本构成因素

第二节 媒介计划确定的过程一、市场背景分析二、目标市场的确定三、媒介目标的确定四、媒体组合五、媒介计划排期表

第三节 广告媒体安排与计划的程序一、广告媒体策略决策二、广告媒体选择三、广告媒体安排四、广告媒体特性

第六章 电影市场营销中影响媒介计划制订的因素

第一节 产品特征

第二节 销售渠道一、地理模式的影响二、经销商对使用不同媒体的反应三、市场铺货率和销售渠道政策的影响四、零售终端的个性化对媒介策略的影响五、价格政策和策略对媒介策略的影响

第三节 推广策略一、整体推广策略

第四节 不可控的因素如何影响媒介策略一、不可控因素包括内部不可控因素和外部不可控因素两种二、灵活制订媒介计划的必要性

第七章 网络在电影营销中的运用

第一节 网络概述一、互联网的发展与现状二、网络的特性

第二节 电影行业上网策略一、电影行业的上网方式二、网站的自我推广

第三节 互联网在电影营销中的应用一、互联网在电影宣传上的应用二、互联网在电影发行放映系统中的应用三、互联网对电影后期开发产生的影响

第八章 媒介效果评估

第一节 什么是媒介效果评估一、媒介效果的概念与分类二、媒介效果评估的历史与意义三、媒介效果评估的原则与方法

第二节 媒介传播效果的评估一、文案内容测试二、媒介到达评估三、从收视率到欣赏指数、满意度

第三节 媒介销售效果的评估一、媒介心理效果评估二、票房监控

第四节 网络广告效果评估一、网络广告效果评估方法二、网络广告效果评估的优劣势

第九章 案例分析

案例一、《无极》的营销分析一、前期营销手段二、营销策略三、多方合作，整合营销传播四、营销效果与票房成绩五、营销成本六、过度营销，营销中的公关危机

案例二、从《孔雀》看中国艺术电影的商业出路

案例三、主旋律电影的营销

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>