

<<品牌代言传播研究>>

图书基本信息

书名：<<品牌代言传播研究>>

13位ISBN编号：9787308098779

10位ISBN编号：730809877X

出版时间：2012-5

出版时间：浙江大学出版社

作者：胡晓云

页数：288

字数：337000

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>

## <<品牌代言传播研究>>

### 内容概要

品牌代言传播研究——信源·符号·适用性

## <<品牌代言传播研究>>

### 作者简介

胡晓云，女，浙江大学教授胡晓云  
汉族，教授，浙江大学人文学院传播所广告研究中心主任、新闻系广告学专业主任。

浙江大学传媒与国际文化学院硕士生导师

浙江大学传播研究所品牌研究中心主任

中国广告协会学术委员会常委

浙江省广告协会学委会副主任

首届中国十大广告学人

2007中国广告业年度人物

1994年始进入广告学教育领域。

兼任中国广告协会学术委员会委员、《现代广告》杂志编委、日本吉田秀雄纪念事业财团客座研究员、日本东京经济大学传播学部客座研究员、日本广告学会会员、浙江工业大学之江学院人文科学系广告学学科指导委员会委员。

### 学术成果:

1.完成日本吉田秀雄纪念事业财团的客座研究员项目，提交研究报告《日本的广告效果研究与实战》。

出版专著《从引进到建构——日本的广告效果研究与实战》。

2.出版专著《品牌归于运动——16种国际品牌的运动模式》(合著)。

3.引进澳大利亚罗西特、新西兰丹纳尔专著《高级媒介计划》，引进日本清水公一著作《广告理论与战略》。

4.主编“胡晓云品牌工作室”丛书5本:《非理性缔造——国际酒业十大实力品牌发展战略》、《旗舰日志——国际服装业十大实力品牌发展战略》、《垄断的理由——国际IT业十大实力品牌发展战略》、《模式宣言——国际服装业十大实力品牌发展战略》、《感受心动——国际软饮料业十大实力品牌发展战略》。

5.主持的国务院批转教育部的新世纪网络课程《广告文案写作》项目，通过专家评审，其主编的《广告文案写作》配套教材出版。

# <<品牌代言传播研究>>

## 书籍目录

### 第一章 绪论

第一节 研究背景与问题提出

第二节 研究目标

第三节 研究方法与本书结构

### 第二章 相关理论模型及其述评

第一节 来源可信度理论模型

第二节 平衡理论与归因理论模型

第三节 卷入度理论与精细可能性模型

第四节 态度中介理论与文化意义转化理论模型

第五节 匹配理论、意见领袖理论与品牌人格理论

第六节 符号学与原型理论模型

本章小结

### 第三章 相关研究议题及其述评

第一节 欧美研究者的相关研究议题

第二节 日韩研究者的相关研究议题

第三节 中国研究者的相关研究议题

本章小结

### 第四章 品牌代言传播及代言者类型

第一节 品牌及其品牌传播

第二节 品牌代言人

第三节 品牌代言传播策略

第四节 品牌代言人类型

本章小结

### 第五章 品牌代言者的符号特征与适用性

第一节 品牌代言人类型的应用与细分

第二节 不同类型品牌代言者的符号意义

第三节 不同类型品牌代言者的代言适用性

本章小结

### 第六章 品牌代言传播的群体适用性实证

第一节 研究假设与研究设计

第二节 策略总体评价与有效代言要素

第三节 不同类型品牌代言者的群体适用性

第四节 品牌代言传播策略应用方式的适用性

第五节 品牌代言传播策略的性别适用性

本章小结

### 第七章 策略适用的典型个案研究

第一节 虚实结合的双代言人策略——日本BOSS品牌个案实证

第二节 “四位一体”代言策略——杭州城市品牌传播个案实证

第三节 核心价值与精神特质互动模型——“竹叶青”茶品牌个案实证

本章小结

### 第八章 研究结论与研究建议

第一节 研究结论

第二节 本土适用性建议

第三节 后续相关及研究建议

### 参考文献

<<品牌代言传播研究>>

附录1 美国历来有关“品牌代言者”研究的核心文献

附录2 关于“品牌代言传播策略及其适用性”的调查文本

附录3 深度访谈题目

后记

## <<品牌代言传播研究>>

### 编辑推荐

《品牌代言传播研究：信源符号适用性》采用文献研究、问卷实证研究和典型个案研究的定性、定量相结合的研究方法，结合传播学、符号学、品牌学、管理学、心理学、社会学等相关学科理论，对品牌代言传播策略及其适用性这一命题进行了理论与实证并重的研究。

《品牌代言传播研究：信源符号适用性》共八章节，内容包括绪论、相关理论模型及其述评、相关研究议题及其述评、品牌代言传播及代言者类型、品牌代言者的符号特征与适用性等。

<<品牌代言传播研究>>

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>