

图书基本信息

书名：<<电视覆盖率调研的理论、方法与应用>>

13位ISBN编号：9787501185818

10位ISBN编号：7501185816

出版时间：2008-11

出版时间：新华出版社

作者：北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司 编

页数：375

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>

内容概要

对于电视媒体来说，覆盖相当于企业产品的铺货和营销通路，是将产品从生产者流通到消费者的销售渠道，电视频道覆盖状况一方面制约着节目的收视率，同时也决定着频道所承载广告信息的传播广度、范围、影响规模和结构，是频道参与电视媒体市场竞争的硬性指标。

覆盖率的高低在很大程度上决定着电视频道的传播价值及影响力，可以说，电视频道覆盖是市场营销中渠道建设在媒体营销上的完美演绎。

本书系统梳理与盘点美兰德十年来关于中国电视频道覆盖与收视状况的调研成果，客观记录并归纳总结1999年至2008年间中国电视媒体传播界的重要理论研究成果及发展历程；探讨新技术、新媒体、新营销环境下的电视传播通路管理思路与策略。

同时，本书系统地阐述了中国电视媒体广告投放市场上覆盖率的评估价值与实际应用，为电视媒体的传播通路建设与广告主、广告公司的广告投放策略制定提供翔实的参考资料和极富实践性的策略建议。

。

作者简介

北京美兰德媒体传播策略咨询有限公司（CCMMR）是中国大陆权威、专业的媒介受众调研咨询机构之一，是北京美兰德信息集团注册成立的全资子公司，致力于为传媒产业价值链的各个环节提供科学、中立、及时的数据支持与专业、深入的研究咨询服务。

CMHR拥有12年电视、广播媒体传播通路与受众调研丰富经验，提供的电视频道覆盖率数据已经成为评价媒体传播效果和广告投放价值的行业标准。

近年来，CMMR凭借专业的分析研究模型与价值研究体系在新兴媒体广告投放价值研究领域也取得了众多突破性进展。

CHMR专业服务于中国各级电视媒体、众多知名境外电视媒体、新兴媒体机构、国际 / 国内知名广告公司和广告主。

书籍目录

序言第一章 电视频道覆盖率调研的背景与意义第一节 电视频道覆盖率界定第二节 覆盖率的作用及意义第三节 覆盖率调查的缘起及演变第四节 覆盖率调查的组织及实施第五节 覆盖率调查的未来发展趋势第二章 电视频道覆盖率调研的实施与操作第一节 电视频道覆盖及收视状况调研的流程与方法第二节 电视频道覆盖及收视状况调研的内容第三节 电视频道覆盖及收视状况调研的执行第四节 电视频道入网状况调研系列第三章 频道覆盖率之于电视传播价值的意义第一节 频道覆盖率与电视传播价值探析第二节 城乡二元化电视传播结构第三节 覆盖率在电视媒体传播价值分析中的应用专题第四章 频道覆盖率之于电视广告运营的意义第一节 频道覆盖率与广告运营关系探究第二节 地面频道的覆盖率与广告传播价值提升第三节 覆盖率在电视媒体广告运营中的应用专题第五章 频道覆盖率在电视广告投放策划中的应用第一节 频道覆盖率在电视广告投放价值评估中的重要作用第二节 TVCE电视覆盖搜索引擎功能说明及应用第三节 TVCM电视覆盖监测系统功能说明及应用第四节 频道覆盖率与电视广告投放探讨专题第六章 中国电视频道十年覆盖与发展第一节 中国电视频道十年覆盖发展形势第二节 省级卫视十年覆盖发展模式第三节 数字电视的崛起与迅猛发展第四节 数字电视迅猛发展与卫视覆盖调研专题第七章 传播通路创新对覆盖率调研的影响第一节 传播通路创新的背景与意义第二节 IPTV传播通路的发展现状及未来趋势第三节 车载移动电视传播通路的发展现状及未来趋势第四节 网络视听新媒体传播通路的发展现状及未来趋势第五节 新媒介环境下的电视受众研究专题附录一 十年覆盖大事记附录二 卫视频道上星时间表附录三 省级卫视频道网站排名图表索引参考文献后记

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>