

<<视听率分析>>

图书基本信息

书名：<<视听率分析>>

13位ISBN编号：9787508035840

10位ISBN编号：7508035844

出版时间：2004-9-1

出版时间：华夏出版社

作者：詹姆斯 G. 韦伯斯特, 劳伦斯 W. 里奇, 王兰柱, 苑京燕, 帕特西亚 F. 法伦

页数：263

字数：280000

译者：王兰柱, 苑京燕

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>

<<视听率分析>>

内容概要

本套丛书就是电视理论创新的一具有益尝试，具有相当的理论价值和实践意义，是我国和线次从电视媒介经营理解度，在基础量论和实务层面上，总结国内外已有的学术成果，全面系统地探索电视发展的普遍规律，并结合中国国情，寻找中国电视产业的展道路。

该丛书致力于推前沿，紧密结合中国电视的改革实践，努力成为学术划底扎实、思想新颖独到，确实能够为电视媒介经营管理提供参考价值的论（译）著。

丛书首批将推出5本，分为学理与实务两大板块。

学理部分又分类一经学科与二级学科。

包括《电视媒介经济学》、《电视产业价值链》、《电视产业监管》、《电视消费者待业分析》、《电视收视率分析手册》（译著）。

该套丛书有以下四个显著特点：第一，在基础理论上有所创新。

丛书中有我国电视媒介经济学基础理论的首部著作。

第二，在研究方法上比较规范。

电视媒介经营管理研究属于新闻传播学与经济学交叉的产物，如何运用经济学的分析方法来研究电视产业，对我国传播学界是一个新课题。

第三，在研究畲空虚比较系统。

该套人命书既有学理研究，又有实务研究；学理研究从一级学科延伸到二级学科，实务研究从国内延伸到国外；既有基础理论的创新，又有实践经验的总结，还有国外经典操作实务的引介，是电视传媒理论界与实业界不可多得的参考书。

第四，著者的学术背景和实践经验比较全面。

该套丛书的著者大多是在广播电视行业工作，有的还从事管理工作。

<<视听率分析>>

书籍目录

序前言译者序中文序第二版序第一部分 受众研究的应用 第一章 受众研究简介 受众研究种类 应用研究及理论研究 定量研究和定性研究 多客户研究和案研究 商业性受众研究 商业研究的特点 对商业研究的批判 视听率调查 第二章 受众研究在广告中的应用 全国市场 无线广播/电视网及有线电视网 辛迪加节目市场 地方市场 地方无线电视台 地方有线电视系统 互联网 受众研究问题 第三章 受众研究在节目制作及编排中的应用 广播节目 电视节目 互联网 受众研究问题 第四章 受众研究在财务分析中的应用 受众研究问题第二部分 研究数据第三部分 数据分析方法

<<视听率分析>>

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>