第一图书网, tushu007.com

<<植入式广告>>

图书基本信息

书名：<<植入式广告>>

13位ISBN编号：9787511508133

10位ISBN编号：7511508138

出版时间：2012-4

出版时间：人民日报出版社

作者：喻国明　等著

页数：179

字数：150000

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

《植入式广告：操作路线图（理论、实务、规制与效果测定）》采用当今国际学术前沿的理论与方法，并在大量采集中国媒体人、广告人丰富实践的基础上，对于植入式广告的发展进路、操作策略、效果测定及方法等关键问题上，作出了既有理论创新高度，又有操作规范意义的系统回答。
它集科学性、实战性和操作性于一身，使读者在阅读后对于植入式广告的发展大势、构造关键及行动路线图有了一种了然于胸的豁亮感。

第一图书网, tushu007.com

<<植入式广告>>

作者简介

喻国明，1957年9月生，现为中国人民大学新闻学院副院长、责任教授、博士生导师、中国人民大学舆论研究所所长。
同时兼任：中国传媒经济与管理学会会长、中国传播学会副会长、中国电视艺术家协会高校委员会副会长、《中国传媒发展指数(蓝皮书)》主编等。
主要研究领域为新闻传播理论、传媒经济与社会发展、传播学研究方法。
已经出版学术著作18部，另有400余篇公开发表的学术论文和调研报告。

第一图书网, tushu007.com

<<植入式广告>>

书籍目录

上篇：理论篇
专题研究一：植入式广告背景知识
一、植入式广告的定义
二、植入式广告分类
三、植入式广告的发展历史
四、植入式广告的本质——一种多赢的规则安排
专题研究二：效率与公平：植入式广告研究的两个视角
一、效率角度：植入式广告效果研究
二、公平角度：关注植入式广告所带来的负外部性
专题研究三：植入式广告的政府规制研究
一、美国规范植入式广告的实践及背后的逻辑
二、英国规范植入式广告的实践及背后的逻辑
三、小结：不同的政治理念、对个体理性的不同假设及对传媒业的不同态度，导致美英不同的规范路径
四、启示——我们对构建我国植入式广告政府规制的基本观点
中篇：实证篇
专题研究一：植入式广告效果评测的方法创新与指标构建
一、植入式广告效果研究的必要性
二、植入式广告效果研究的理论基础
三、植入式广告效果主要研究方法
四、植入式广告效果评测及定价的主要研究指标及体系
专题研究二：植入式广告的定价机制研究/
一、定价的主要影响因素
二、电视广告定价影响因素和基本模式
三、植入式广告的定价模式和价格情况
专题研究三：植入式广告与硬广告效果的认知神经科学实验研究
一、方法
二、结果与分析
三、结论
专题研究四：植入式广告与硬广告：两种兵器的配合与区别
一、研究方法与研究设计
二、研究发现
三、研究讨论
四、研究结论
五、研究不足与后续研究
专题研究五：当今植入式广告实践与其后的产业
一、前言
二、前人的研究
三、结论
四、讨论与对未来研究的建议
下篇：实务操作篇
专题研究一：中国植入式广告市场发展进程研究
一、宏观环境分析
二、国内植入式广告行业现状
三、未来趋势展望

第一图书网, tushu007.com

专题研究二：世界各国植入式广告管理规制实践
一、美国
二、欧盟
三、英国
四、法国
五、日本
六、韩国
七、其他
八、中国大陆植入式广告规制及逻辑

第一图书网, tushu007.com

<<植入式广告>>

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