

<<广告效果测定>>

图书基本信息

书名：<<广告效果测定>>

13位ISBN编号：9787810617505

10位ISBN编号：7810617508

出版时间：2004-6

出版时间：中南大学出版社

作者：王晓华

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>

<<广告效果测定>>

内容概要

本书在结构上最大的特点是围绕不同的广告目标，详细阐述了构成评估不同的广告目标的概念体系，并从概念—测量指标—操作技术三个层面入手，层层具体化，直到可操作的层面。教材使用者既能明确在自己的广告目标下做广告效果评估的方向、应该选择和使用哪些指标做评估，同时对于如何运用这些指标做具体评估具有详细的指导。这一体例突破了国内量化研究中从概念向可测量的指标体系转化的难点，避免了量化研究由于指标体系科学性而带来的效果困扰。使广告效果评估这一复杂的体系简洁化，便于教师讲授和学生学习。其中大量案例选自深圳大学传播系广告专业四年级学生的作业，案例更贴近学生实际，以便于对问题的理解和把握。

<<广告效果测定>>

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>