

<<电视收视率解析>>

图书基本信息

书名：<<电视收视率解析>>

13位ISBN编号：9787810855723

10位ISBN编号：7810855727

出版时间：2006-2

出版时间：北京广播学院出版社

作者：刘燕南

页数：247

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>

<<电视收视率解析>>

内容概要

电视收视率研究是一个大问题，是一门专门的学问，我对此十分外行，无资格发言。这里，我不敢妄谈电视收视率研究的理论和方法问题，只能谈谈我自己的一些感受。

现在中国的电视接收机相当普及，中国人口居世界第一。

人口越多，看电视的人就多，城市不用说了，农村也逐渐普及，由于政府的提倡和帮助，除了极少数贫困地区外，农村的电视机也村村皆有。

在新闻媒体中，电视后来居上，受到大家的重视和欢迎。它既能看，又能听，观众有如身临其境；足不出户，就能观赏到国内外的风云变幻，绮丽风光，科学成就，戏剧表演，歌舞飞扬，市场商品，人物风流；还可以参加进去，发表自己的意见，品评电视节目的优劣，从屏幕上看到自己的形象，甚至向广大观众诉说自己不公平的命运。

对于中国普通老百姓来说，电视具有极大的诱惑力，电视台和观众融为一体，成为思想交流最重要的渠道。

世界上还有比电视更大众化的媒体吗？没有了。

电视已经成为世界人民相互了解，相互学习的最亲近的朋友。

<<电视收视率解析>>

书籍目录

序言 第一部分——引论 第一章 收视率在中国 第一节 收视率的引入与观念嬗变 第二节 收视率调查：现状与问题 第三节 “不想溺毙，只有学会游泳”——兼介本书结构 第二部分——调查方法 第二章 视听率测量方法的演进与现状 第一节 视听率调查的开端 第二节 引入仪器法 第三节 日记法的使用 第四节 日记法与仪器法在中国 第三章 收视率测量方法的比较 第一节 电话法：比较与应用 第二节 日记法与仪器法 第三节 “夸大效应”与数据比较 第四节 仪器测量的改进尝试 第四章 抽样统计与收视率调查 第一节 抽样概述 第二节 收视率调查中的抽样与样本 第三节 抽样误差与样本加权 第三部分——分析 第五章 收视率及相关指标解说 第一节 总体指标 第二节 累积指标 第六章 收视率分析的基本层面 第一节 传播与收视系统 第二节 电视台或频道 第三节 节目类型 第四节 栏目或节目 第七章 收视率分析若干问题探讨 第一节 评判收视走势 第二节 描述与推测 第三节 收视率平稳与观众群稳定 第四节 纵比与横比 第五节 日记法先天不足与节目评价后天失察 第六节 观众平均忠实度与频道忠诚 第八章 收视分析框架 第一节 收视分析框架概略 第二节 观众因素分析 第三节 媒体因素分析 第四部分——应用 第九章 收视分析与节目编排 第一节 收视分析与节目编排影响因素 第二节 节目编排策略 第三节 案例一：黄金时段节目编排 第四节 案例二：公共电视台新闻节目编排研究 第十章 收视分析与广告媒体计划 第一节 媒体计划常用指标及意义 第五部分——满意度 第六部分——附录 后记 再版后记

<<电视收视率解析>>

编辑推荐

电视收视率研究是一个大问题，是一门的学问。

《电视收视率解析:调查分析与应用》适合电视行业从业人士参考学习。

<<电视收视率解析>>

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>