

<<收听率调查与应用手册>>

图书基本信息

书名：<<收听率调查与应用手册>>

13位ISBN编号：9787811274479

10位ISBN编号：7811274477

出版时间：2009-7

出版时间：第1版 (2009年7月1日)

作者：王兰柱 著

页数：311

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>

<<收听率调查与应用手册>>

前言

作为我国最大的收视率调查公司，CSM媒介研究在广播收听率调查领域同样是领跑者。

早在2000年，CSM媒介研究就开始在国内尝试收听率调查，并于2004年将收听率调查城市扩展到北京、上海和广州等32个重点城市。

到目前为止，CSM媒介研究对北京、上海和广州等19个城市提供一年365天的连续收听率调查服务，对大连等13个城市进行波次收听率调查服务。

CSM媒介研究提供的广播收听率数据已成为我国广播市场经营与管理的“通用货币”，对我国广播市场的健康发展做出了重要贡献。

随着市场对收听率及其作用认识的不断深入，广播电台、广告公司等业界机构和人士对收听率服务的需求已经不只是收听数据本身，他们迫切需要掌握如何更好地利用收听率数据进行收听市场分析、节目编排和调整、节目评价以及广告投放决策。

为满足业界的这些需求，作为中国最专业、最权威的视听率调查公司，CSM媒介研究在2006年出版《收听率调查与应用手册》的基础上，决定再编写出版其姊妹篇——《收听率调查与应用手册》一书。

《收听率调查与应用手册》分为上下两编。

上编是收听率调查编，包括四章。

其中，第一章介绍收听率调查的流程与方法，第二章介绍基础研究的内容与执行，第三章介绍固定样组的建立与维护，第四章介绍收听率调查中的质量管理。

下编是收听率应用编，包括三章。

其中，第五章介绍收听率指标体系，第六章介绍收听率分析软件——InfoSys的使用方法，第七章分别介绍收听数据在收听市场分析、节目编排、节目评价以及广告投放决策中的应用。

《收听率调查与应用手册》的出版具有非常重要的现实意义，它既可为我国收听率调查行业提供关于收听率调查理论、方法及具体执行过程的指导，又可为广播电台、广告公司等业界机构提供收听率指标体系、软件使用以及市场分析、节目编排、节目评价和广告投放决策等领域的应用思路与方法。

《收听率调查与应用手册》的出版是我国收听率调查与收听数据分析与应用的一个新的里程碑，对促进我国收听调查业、广播媒介和广告业的发展必将起到积极的推动作用。

<<收听率调查与应用手册>>

内容概要

作为我国最大的收视率调查公司，CSM 媒介研究在广播收听率调查领域同样是领跑者。早在2000年，CSM 媒介研究就开始在国内尝试收听率调查，并于2004年将收听率调查城市扩展到北京、上海和广州等32个重点城市。

到目前为止，CSM 媒介研究对北京、上海和广州等19个城市提供一年365天的连续收听率调查服务，对大连等13个城市进行波次收听率调查服务。

CSM 媒介研究提供的广播收听率数据已成为我国广播市场经营与管理的“通用货币”，对我国广播市场的健康发展做出了重要贡献。

随着市场对收听率及其作用认识的不断深入，广播电台、广告公司等业界机构和人士对收听率服务的需求已经不只是收听数据本身，他们迫切需要掌握如何更好地利用收听率数据进行收听市场分析、节目编排和调整、节目评价以及广告投放决策。

为满足业界的这些需求，作为中国最专业、最权威的视听率调查公司，CSM 媒介研究在2006年出版《收视率调查与应用手册》的基础上，决定再编辑出版其姊妹篇《收听率调查与应用手册》一书。

《收听率调查与应用手册》分为上下两篇。

上篇是收听率调查篇，包括四章。

其中，第一章介绍收听率调查的流程与方法，第二章介绍基础研究的内容与执行，第三章介绍固定样组的建立与维护，第四章介绍收听率调查中的质量管理。

下篇是收听率应用篇，包括三章。

其中，第五章介绍收听率指标体系，第六章介绍收听率分析软件 - Infosys 的使用方法，第七章分别介绍收听数据在收听市场分析、节目编排、节目评价以及广告投放决策中的应用。

《收听率调查与应用手册》的出版具有重要的现实意义，它既可为我国收听率调查行业提供关于收听率调查理论、方法及具体执行过程的指导，又可为广播电台、广告公司等业界机构提供收听率指标体系、软件使用以及在市场分析、节目编排、节目评价和广告投放决策等领域的应用思路与方法。

《收听率调查与应用手册》的出版是我国收听率调查与收听数据分析与应用的一个新的里程碑，对促进我国收听调查业、广播媒介和广告业的发展必将起到积极的推动作用。

<<收听率调查与应用手册>>

书籍目录

前言上编：收听率调查第一章 收听率调查的流程与方法第一节 样本抽取一、确定调查总体二、确定样本容量三、样本抽取方法第二节 数据采集一、收听率调查中数据采集方法的历史沿革二、日记卡法和测量仪法的定量比较三、国内目前收听率调查的数据采集方式与创新第三节 数据处理一、数据处理流程二、加权的目的三、收听率的计算第二章 基础研究的内容与执行第一节 基础研究的内容一、设置基础研究内容应考虑的因素二、基础研究的内容第二节 基础研究的现场执行一、基础研究现场执行的人员配备及要求二、基础研究现场执行的操作流程三、基础研究现场执行结束后的总结第三节 基础研究的数据处理及报告一、编码二、录入三、数据清理四、运行数据并完成报告第三章 固定样组的建立与维护第一节 固定样组的类型及运作人员构成一、固定样组的类型二、固定样组的运作人员构成第二节 日记卡固定样组的建立一、制定工作计划二、人口和频率资料的收集三、抽样及访问四、访问员及样户培训五、质量复核六、数据监测七、项目总结及评价第三节 日记卡固定样组的维护一、人员培训和访问员管理二、样本户轮换三、样本户背景资料和频率信息更新四、样本户激励第四章 收听率调查中的质量管理第一节 收听率调查中质量管理的必要性一、几个基本概念二、收听率调查中质量管理的必要性第二节 收听率调查中的质量管理措施一、确定质量方针二、进行质量策划，确定质量目标三、提供质量保证证据，建立文件化的质量管理体系四、进行质量控制并在此基础上进行质量改进下编：收听率应用第五章 收听率指标体系．．第一节 收听率的作用第二节 收听率指标体系一、收听率指标体系二、收听率指标解释三、收听率指标计算示例第三节 收听率指标的几组关系一、收听率与市场占有率二、收听率与到达率三、到达率与忠实度四、到达率与接触度五、听众构成与集中度第六章 INFOSYS软件使用简介第一节 时期分析功能第二节 节目分析功能第三节 广告插播分析功能第四节 计划分析功能第五节 曲线分析功能第六节 其他分析功能第七章 收听率数据的应用第一节 收听率数据在收听市场分析中的应用一、广播收听市场分析概述二、听众收听行为分析三、收听市场竞争格局分析第二节 收听率数据在广播节目编排中的应用一、广播节目编排的意义及基本原则二、广播节目编排的基本流程三、借助收听率数据分析市场竞争状况，指导广播节目编排四、借助收听率确定频率目标人群，明确内容编排方向五、借助收听率设计节目排期策略，并指导具体编排实践第三节 收听率数据在广播节目评价中的应用一、收听率数据在广播节目评价中的重要性二、几个重要收听指标在广播节目评价中的应用三、广播节目评价体系的建立四、广播节目评价中需要注意的几个问题第四节 收听率数据在广告投放中的应用一、收听率数据在广告投放前的应用二、收听率在广告投放策略制定中的应用三、收听率数据在广告播后效果评估的应用四、收听率数据在广告时段交易中的应用主要参考文献

章节摘录

插图：在格式化广播发展的早期，内容编排顺序和重复频度由节目编排人员或资深的节目主持人根据自身经验和听众市场反馈信息决定；近几年来，越来越多的广播电台开始引进电脑软件系统，对内容播放顺序进行更合理的编排；国外部分广播频率甚至尝试将电脑筛选与收听率分析相结合的方式，选择最佳的编排组合，这值得国内尝试格式化编排的广播频率借鉴。

3.设计节目播放轮盘（Hot Clock）在决定了播放循环的时长及内容选择之后，节目编排人员需要将节目表细化为最终的节目播放轮盘，供节目主持人等节目播出人员使用。

节目播放轮盘从外形上看非常像一个时钟，在这个时钟里面，节目编排人员需要确定各种内容之间的排列顺序及间隔；在这个轮盘上，每一个小时都会被分为了若干个小节，每一个小节对应特定音乐、新闻、天气和广告等节目内容；而节目的主持人或者DJ就是根据这一轮盘进行节目播出，完成对节目编排的实施。

节目编排人员在设计节目播放轮盘时，需要考虑多项因素，例如播放循环的长度，在一个播放循环中需要安排的节目条数，在一个播放循环中需要插播的广告条数，听众对广告播放时间的容忍度等等。此外，由于听众在每天各个时段中有不同的收听偏好和收听需求，即便是采取明确专业化定位的频率也会在特定的时段适量插播其他节目内容，以免听众为了获取相关信息而出现转台行为。

正因为如此，一个格式化频率往往会由几个不同的节目播放轮盘，适应全天不同时段的需求。

例如，在美国，大多数音乐频率除了有常规时间的节目轮盘之外，还会设计行车高峰时段的播放轮盘（图7.2.18），适当加入交通信息和新闻；又如上海东广新闻台在进行格式化编排的过程中，就有早间6：00-9：00《东广早新闻》的播放轮盘以及“20分钟滚动新闻”两个不同轮盘，以维持频率的传统忠实听众，用强势品牌节目把握早间收听高峰时段。

<<收听率调查与应用手册>>

编辑推荐

《收听率调查&应用手册》是由中国传媒大学出版社出版的。

<<收听率调查与应用手册>>

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>