

<<媒介市场评价研究>>

图书基本信息

书名：<<媒介市场评价研究>>

13位ISBN编号：9787501165575

10位ISBN编号：7501165572

出版时间：2004-3

出版时间：新华出版社

作者：赵彦华

页数：286

字数：243000

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>

<<媒介市场评价研究>>

内容概要

该书以我国媒介市场的变革发展为着眼点，用社会控制理论作为媒介社会评价和阐释媒介市场影响力的学术基础，从而动用定性定量结合、描述性和阐释性结合等一系列研究方法，对建立媒介市场评价指标体系的理论和实践意义、媒介市场影响力的认识和判断、受众消费需求媒介经济增长的关系、各种主要媒体的经济效益评价、媒介市场评价数值的获得及媒介的市场预测等诸多相关问题，进行了较为全面细致的理论阐述，并就媒介的市场评价和市场预测提供了尽可能详尽实用和具有可操作性的应用模式。

<<媒介市场评价研究>>

作者简介

赵彦华，1965年出生于青岛，先后毕业于山西财经学院统计系商业统计专业，获经济学学士，北京广播学院外语系国际新闻专业，获文学硕士，中国人民大学新闻传播学院传播学专业，获文学博士。现为《中华新闻报》高级记者。

主要学术著作有与人合著的《学原理与煤炭工

<<媒介市场评价研究>>

书籍目录

总序序博士论文专家审查意见绪论第一章 媒介社会控制结构分析 第一节 媒介社会控制的理论概述 第二节 媒介社会控制的因素分析 第三节 媒介的市场控制第二章 媒介影响力分析与评价 第一节 媒介影响力的概念及标准 第二节 媒介影响力的分类 第三节 媒介市场影响力意义及标准第三章 媒介市场消费需求评价与分析 第一节 媒介市场消费需求的特点及分类 第二节 国内外关于受众需求研究的主要理论 第三节 媒介市场消费需求评价 第四节 媒介消费需求与媒介经济增长的关系分析第四章 媒介经济景气评价与分析 第一节 经济景气分析理论概述 第二节 经济景气分析法在媒介经济中动用的现实可能性和难点 第三节 媒介经济景气循环指标的理论分析 第四节 媒介经济景气控制评价系统第五章 报刊市场评价指标体系 第一节 报刊市场评价的理论基础及研究视角 第二节 报刊市场评价指标体系的构成要素及理由 第三节 报刊传播有效性的评价与分析 第四节 报纸零售市场的影响因素的统计分析第六章 广播、电视媒介评价指标体系 第一节 广播、电视媒介评价的目的及分类 第二节 广播、电视投入产出评价指标分析 第三节 广播、电视的分层评价指标体系 第四节 对电台、电视台栏目的评价 第五节 对电台、电视台节目的评价第七章 网络媒体的评价指标体系 第一节 网络媒体影响力指标体系分析 第二节 网站的自身建设的评价 第三节 网站发展潜力评价第八章 媒介经济效益评价指标体系 第一节 媒介经济效益的决定因素 第二节 媒介经济效益评价指标体系 第三节 媒介综合经济效益评价指数法第九章 媒介市场调查评价与分析 第一节 媒介市场调查缘何走红 第二节 媒介市场调查的程序和方法 第三节 媒介市场调查的主要内容 第四节 媒介市场调查中存在的问题 第十章 媒介市场预测评价与分析参考文献附录后记

<<媒介市场评价研究>>

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>