

<<艺术市场调研概论>>

图书基本信息

书名：<<艺术市场调研概论>>

13位ISBN编号：9787564124823

10位ISBN编号：7564124822

出版时间：2010-11

出版时间：东南大学出版社

作者：李敏

页数：175

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>

<<艺术市场调研概论>>

内容概要

在统共九章的概论构体中，作者按艺术市场理论篇、艺术市场调研实施篇、艺术市场分析研究篇和精彩个案分析篇四个基本主题来线性分割并逻辑贯穿着总体的论述推演。

不仅主题鲜明、条块清晰，而且前后衔接紧密，了无冗赘。

每一章节的叙述，均使用了问题提出、数据契合、理论支撑、综合研究、本章小结、本章思考题等诸块富于律动感的线性意匠结构程式。

加上规范严谨的统计图表、精美细腻的插图以及名流大家的箴言警句与诙谐跳跃的标示符号，一本来自于长期教学实践而精心打造并自然流泻的教学理论著述遂水到渠成般自然生成。

这本教材完全可以使绝大范围的读者受众在日趋紧迫的现代化生活节奏中，在在获得惬意、松弛的知识接受与不经意间的逻辑思维训练。

<<艺术市场调研概论>>

书籍目录

序前言 篇 艺术市场调研理论篇第一章 艺术市场调研理论 艺术市场调研对象 市场 艺术市场 艺术市场调研 国外艺术市场调研现状 国内艺术市场调研发展现状 艺术市场调研原则 调研的基本原则和目的 调研原则的实现者 艺术市场调研分类 电影、电视市场调研 美术市场调研 文物市场调研 音像出版市场调研 艺术演出市场调研 艺术设计市场调研 艺术市场调研的意义与作用 调研的意义 调研的作用 本章小结 本章思考题第二章 艺术市场调研方法 艺术市场调研前的准备 调研类型确定 调研员选择 手册编写与物的准备 艺术市场调研员培训 培训内容 培训方式 艺术市场调研方法及技巧 调研方法 调研技巧 本章小结 本章思考题第三章 艺术市场调研设计 艺术调研问卷设计 问卷设题原则 问卷结构设计 问卷设计流程 问卷题目设计 问卷设计评价 问卷设计的几种风格 量表风格设计类型 瑟斯顿量表设计风格 李克特量表设计风格 语义差异量表设计风格 本章小结 本章思考题 篇 艺术市场调研实施篇第四章 艺术市场调研与实施(一) 艺术市场调研实施(一) 调研实施组织架构 调研实施步骤 调研资料采集 第五章 艺术市场调研与实施(二) 艺术市场调研实施(二) 艺术市场抽样调研 艺术市场抽样类型 抽样中的误差问题 本章小结 本章思考题 篇 艺术市场分析研究篇第六章 艺术市场调研资料回收与分析 调研资料的回收及审研 原始调研问卷的回收 原始调研问卷的审研 调研资料的编辑与记录 问卷调研资料编辑 电脑统计录入方法 调研资料研究方法 探索研究方法 描述研究方法 因果研究方法 对照研究方法 归纳研究方法 图示研究方法 本章小结 本章思考题第七章 艺术市场调研预测与决策 艺术市场调研预测、决策理论 艺术市场SWOT理论 艺术市场4P理论 艺术市场4C理论 艺术市场4R理论 艺术市场4A理论 艺术市场调研预测与决策 艺术市场预测 艺术市场决策 本章小结 本章思考题第八章 艺术市场调研报告与写作 艺术市场调研报告写作概述 撰写准备 如何撰写更好的报告 报告中易出现的问题 艺术市场调研报告写作设计 报告构思 报告主题 报告组成 报告形式 艺术市场调研报告写作类型与特点 报告类型 报告特点 本章小结 本章思考题 篇 精彩个案分析篇第九章 精彩个案分析 案例1 中国当代艺术市场调研 案例2 国际艺术市场调研 案例3 久木传盛邵隆图访谈 案例4 电影艺术市场调研 案例5 动画片收视率调研 案例6 艺术网站调研案例 案例7 DIY创意作品受众拓展案参考文献

<<艺术市场调研概论>>

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>