

<<广告调查>>

图书基本信息

书名：<<广告调查>>

13位ISBN编号：9787801554543

10位ISBN编号：780155454X

出版时间：2002-10

出版时间：中国物价出版社

作者：黄京华,黄升民,王冰

页数：354

字数：190000

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>

<<广告调查>>

内容概要

本书以调查研究在广告动作中的应用为核心内容。

第一版出版于1997年，很快因其对广告调查理论的全面阐述和实际操作方法的详尽解说而深获认同，被广泛用作大专院校相关课程教材和广告公司内部培训资料。

第二版结合作者最新研究成果和实践经验，对广告调查角色与作用、调查方法、方案设计和流程、数据分析、调查报告撰写等环节具体操作的阐述更加系统和深入，同时融入了国际上的最新观点和方法，使本书内容更加丰富，更具指导意义。

第二版还新增了三个典型的广告调查范例，并结合范例，介绍广告内容分析、流通与消费研究、满意度与顾客行为研究的思路和方法。

<<广告调查>>

书籍目录

- 让理想慢慢长大——代《龙媒广告选书》总序
- 第一编 市场调查在营销中的角色和作用
- 第一章 营销市场调查的关系
- 第二章 市场调查的概念
- 第三章 广告调查的概念
- 第二编 市场调查的方法
- 第四章 二手资料（数据库）的收集方法
- 第五章 原始资料收集方法——观察法
- 第六章 原始资料收集方法——实验法
- 第七章 原始资料收集方法——定性的方法
- 第八章 原始资料收集方法——定量的方法
- 第九章 广告调查中的媒介研究
- 第三编 市场调查方案设计与流程
- 第十章 市场调查流程
- 第十一章 市场调查方案设计
- 第十二章 问卷设计
- 第十三章 抽样的问题
- 第十四章 实施管理
- 第四编 市场调查中的数据分析
- 第十五章 市场调查数据的录入与整理
- 第十六章 数据分析
- 第五编 与广告活动相关的市场研究
- 第十七章 消费者购买行为研究
- 第十八章 消费者市场细节
- 第十九章 流通市场研究
- 第六编 广告调查实践
- 广告调查常用语简录

<<广告调查>>

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>