

<<收视率调查与应用手册>>

图书基本信息

书名：<<收视率调查与应用手册>>

13位ISBN编号：9787810856553

10位ISBN编号：7810856553

出版时间：1970-1

出版时间：中国传媒大学出版社

作者：王兰柱

页数：269

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>

## <<收视率调查与应用手册>>

### 内容概要

《媒介市场调查与研究丛书：收视率调查&应用手册》是一部关于电视收视率的理论专著，全书分为上下两篇。

上篇是收视率调查篇，其中，第一章介绍收视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。

下篇是收视率应用篇，其中，第四章介绍收视率指标体系，第五章介绍收视分析软件——Infosys的使用方法，第六章分别介绍收视数据在收视市场分析、节目评估、节目编排和广告投放决策中的应用。

《媒介市场调查与研究丛书：收视率调查&应用手册》既可为我国收视调查行业提供关于收视率调查理论、方法及具体执行过程的指导，又可为电视台、广告公司等业界机构提供收视率指标体系、软件使用以及市场分析、节目评估、节目编排和广告投放决策等领域具体应用收视数据的思路与方法。

## &lt;&lt;收视率调查与应用手册&gt;&gt;

## 书籍目录

前言上篇：收视率调查第一章 收视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、收视率调查中常用的数据采集方法二、日记卡法与测量仪法的定性比较三、日记卡法与测量仪法的定量比较四、日记卡数据与测量仪数据差异的原因五、收视率调查面临的挑战及发展趋势第三节 数据处理一、数据处理流程二、加权的目的三、收视率的计算第二章 基础研究的内容与执行第一节 基础研究的内容一、基础研究内容设置的考虑因素二、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 固定样组的类型一、固定样组的类型二、固定样组运作的人员构成第二节 日记卡固定样组的建立与维护一、日记卡固定样组的建立二、日记卡固定样组的维护第三节 测量仪固定样组的建立与维护一、测量仪固定样组的建立二、测量仪固定样组的维护下篇：收视率应用第四章 收视率指标体系第一节 收视率的作用第二节 收视率指标体系一、收视率指标体系二、收视率指标解释三、收视率指标计算示例第三节 收视率指标的几组关系一、收视率与市场占有率二、收视率与到达率三、到达率与忠实度四、到达率与接触度五、观众构成与集中度第五章 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 其它分析功能第六章 收视率数据的应用第一节 收视率数据在收视市场分析中的应用一、电视收视市场分析概述二、电视观众收视行为分析三、电视收视市场竞争分析第二节 收视率数据在电视节目编排中的应用一、收视率分析在节目编排中的作用二、节目编排的一般策略及对收视率的考虑三、节目编排中收视率指标的综合运用--从观众资源和时间资源入手四、收视率分析在节目编排中的应用--一个初步的分析框架第三节 收视率数据在电视节目评价中的应用一、收视率数据在节目评价中的重要性二、收视率数据在节目评价中的具体应用三、节目评价体系概述第四节 收视率数据在广告投放决策中的应用一、广告投放的简单流程二、收视率数据在广告投放决策过程中的应用三、电视台如何应用收视数据影响广告投放决策主要参考文献

<<收视率调查与应用手册>>

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>