第一图书网, tushu007.com

<<广告流>>

图书基本信息

书名：<<广告流>>

13位ISBN编号：9787501170876

10位ISBN编号：7501170878

出版时间：2005-5

出版时间：新华出版社

作者：丁汉青

页数：352

字数：270000

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

第一图书网, tushu007.com

<<广告流>>

内容概要

本书是第一部系统地运用定量研究与定性研究相结合的方法建构起一套描述、解释、预测中国报刊广告流发展变化总体模式的学术专著。
本书围绕”广告流”这一核心概念，借助广告学、经济学、传播学、社会学、统计学等学科的基础理论知识，从宏观和微观两个层面上，详细地解读了报刊广告流与源泉方、渠道方和消费方之间的关系。
提出了双层面广告模式、报刊广告流研究总体模式、GDP影响报刊广告流的四象限模式等新模式。
描述并解释了中国报刊广告流的地域分布特点，行业分布特点和媒体分布特点。
预测了未来几年中国广告流的”版图”格局及结构。
既具有较高的学术价值，又对广告业界不乏现实指导意义。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

丁汉青，中国人民大学新闻学院传播学专业博士，曾在许多院校学校从事高教自考课程辅导数年。所做的“跨世纪广播电视教育”课题曾获优秀成果奖；并在不同刊物上单独或合作发表了《媒介经营应引入CIS战略》、《跨世纪中国报业的现状与未来趋势--第二届全国地方报社管理先进单位

第一图书网, tushu007.com

<<广告流>>

书籍目录

序摘要引论 一 广告流——换一种视角看广告 二 广告流研究的理论框架及主要结论 三 提出广告流概念的方法论及本书的研究方法 四 广告流研究的现状不尽如人意 五 广告流研究的难点和解决的办法第一章 中国报刊广告流来源分析 第一节 经济——影响报刊广告流的根本因素 第二节 报刊广告流与国内生产总值 一 中国报刊广告流与国内生产总值间的关系 二 参照系：美、日报刊广告流与国内生产总值间的关系 三 中国地域报刊广告流与国内生产总值 四 结论 第三节 报刊广告流与三次产业 一 中国报刊广告流与三次产业数值间的关系 二 中国报刊广告流与三次产业结构间的关系 三 结论 第四节 报刊广告流与经济景气状况 一 中国报刊广告流与企业景气指数 二 中国报刊广告流与国民经济景气综合评分 三 结论第二章 中国报刊广告流大区分析 第一节 概述：大区报刊广告流的描述与预测 第二节 大区报刊广告流时间分析 一 各大区报刊广告流的时间模式相对固定 二 各大区最大月份报刊广告流与全年总量的关系相对稳定 三 大区报刊广告流稳定度分析 第三节 大区报刊广告流行业分析 一 大区报刊广告流行业集中度分析 二 大区报刊广告流行业结构分析 第四节 大区报刊广告流媒体分析 一 大区报纸广告流与杂志广告流间的差距分析 二 大区报刊质量评估 三 大区报刊广告流媒体集中度分析第三章 中国报刊广告流城市分析第四章 中国报刊广告流行业分析第五章 中国报刊广告流媒体分析第六章 中国报刊广告流竞争分析和接收分析第七章 结语：中国广告流的历史、现状与未来附录表中统计术语中英文对照主要参考文献后记

第一图书网, tushu007.com

<<广告流>>

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