第一图书网, tushu007.com

<<广告媒体研究>>

图书基本信息

书名：<<广告媒体研究>>

13位ISBN编号：9787505704176

10位ISBN编号：7505704176

出版时间：1991-12

出版时间：中国友谊出版公司

作者：吉.苏尔马尼克(美)

页数：150

字数：113000

译者：刘毅志

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

<<广告媒体研究>>

内容概要

在改革开放的大潮中，随着社会主义商品经济的迅速发展，一个新兴的行业——现代广告业，在我国蓬勃兴起。
10年前，国内大多数工商企业是不做广告的，人们对广告很陌生。
然而今天，无论是你坐在家里打开电视机、收音机，翻阅报章杂志，或是出门走上街头，在公共汽车上、火车上、飞机上……你都会接触到各种各样的广告。
现在，全国广告从业人员已超过10万。
有1700多种报纸、600多家电视台、400多座无线电广播电台每天用一定版面和时间，向亿万群众传播广告讯息。
1990年全国广告费总额达25亿元，比10年前增长十几倍。
广告在现代中国社会生活中无所不在，这已经是毋庸置疑的事实了。
　本书的目的是强调媒体计划的基本运作——从形成广告各目的到了解错综复杂的定义；从了解某一媒体对另一媒体的关系到领悟用以评价媒体的各种分析设计。
本书分为两编：第一编有系统地研讨不同媒体的定义与运作。
第二编广泛地熟悉并努力有效计划广告的一些辅助题目。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

刘毅志，山东掖县人，生于1923年12月26日。
台湾东吴大学法律系毕业（法学士）。
美国伊利诺大学University of lllinois广告研究所毕业（MS广告理学硕士）。

自1949年是台湾新生报担任广告职务，1961年创办国际工商传播公司，担任总经理近20年。1981年退休。

198

第一图书网, tushu007.com

<<广告媒体研究>>

书籍目录

前言译者序著者序导论第一编——定义与运作　第1章 总论　第2章 收视（听）率　第3章 开机率　第4章 节目视听众占有　第5章 收视率/开机率/节目视听众占有率　第6章 毛评点　第7章 视听众暴露度　第8章 到达率　第9章 媒体组合　第10章 暴露频次　第11章 到达率/暴露频次/毛评点　第12章 暴露频次的分配　第13章 有效到达率　第14章 五等分配　第15章 人口统计学　第16章 指数　第17章 每千人成本　第18章 视听率每点成本　第19章 视听众的组成　第20章 地理区域　第21章 杂志读者　第22章 刊物每份读者数　第23章 广播电视时段　第24章 广播电视与有线媒体　第25章 全国广播电视协会准则　第26章 全国性与地方性印刷媒体　第27章 户外广告　第28章 交通广告　第29章 抽样调查第二编——如何建立媒体计划　第1章 总论　第2章 媒体目的　第3章 媒体策略　第4章 在广告上花费多少　第5章 怎样说明媒体　第6章 媒体创意　第7章 媒体管理的原则

第一图书网, tushu007.com

<<广告媒体研究>>

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