

<<广告效果测评>>

图书基本信息

书名：<<广告效果测评>>

13位ISBN编号：9787504337801

10位ISBN编号：7504337803

出版时间：2002-1

出版时间：中国广播电视

作者：江波,曾振华

页数：280

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>

<<广告效果测评>>

内容概要

《广告效果测评》内容包括第一篇 概论篇、第二篇 理论基础篇、第三篇 测评技术篇、第四篇 统计分析方法篇、后记等等。

<<广告效果测评>>

书籍目录

第一篇 概论篇 第一章 广告效果及其测评 第一节 广告效果测评的含义及作用 第二节 广告效果的特征及测评要求 第三节 广告效果测评的内容 第四节 广告效果测评的程序 第五节 广告效果测评的历史演进第二篇 理论基础篇 第二章 广告与消费行为 第一节 广告与消费行为的关系 第二节 广告的心理效应 第三章 广告目标与效果测评 第一节 广告目标的含义 第二节 广告目标在效果测评中的意义 第三节 广告目标的设定 第四章 定性研究 第一节 定性研究的实质 第二节 焦点小组访谈法 第三节 深度访谈法 第四节 投射测试法 第五章 定量研究 第一节 抽样理论与技术 第二节 问卷设计 第三节 测评的信度 第四节 测评的效度第三篇 测评技术篇 第六章 广告文案测评 第一节 文案测评的实质 第二节 文案测评的方法 第三节 非仪器所作的测评 第四节 运用测验仪器所作的测评 第五节 文案测评应注意的问题 第七章 广告媒体效果测评 第八章 广告活动效果测评第四篇 统计分析方法篇 第九章 数据资料收集方法 第十章 广告测评报告的撰写主要参考文献后记

<<广告效果测评>>

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>