

<<植入式广告>>

图书基本信息

书名：<<植入式广告>>

13位ISBN编号：9787511508133

10位ISBN编号：7511508138

出版时间：2012-4

出版时间：人民日报出版社

作者：喻国明 等著

页数：179

字数：150000

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>

<<植入式广告>>

内容概要

《植入式广告：操作路线图（理论、实务、规制与效果测定）》采用当今国际学术前沿的理论与方法，并在大量采集中国媒体人、广告人丰富实践的基础上，对于植入式广告的发展进路、操作策略、效果测定及方法等关键问题上，作出了既有理论创新高度，又有操作规范意义的系统回答。它集科学性、实战性和操作性于一身，使读者在阅读后对于植入式广告的发展大势、构造关键及行动路线图有了一种了然于胸的豁亮感。

<<植入式广告>>

作者简介

喻国明，1957年9月生，现为中国人民大学新闻学院副院长、责任教授、博士生导师、中国人民大学舆论研究所所长。

同时兼任：中国传媒经济与管理学会会长、中国传播学会副会长、中国电视艺术家协会高校委员会副会长、《中国传媒发展指数(蓝皮书)》主编等。

主要研究领域为新闻传播理论、传媒经济与社会发展、传播学研究方法。

已经出版学术著作18部，另有400余篇公开发表的学术论文和调研报告。

<<植入式广告>>

书籍目录

上篇：理论篇

专题研究一：植入式广告背景知识

- 一、植入式广告的定义
- 二、植入式广告分类
- 三、植入式广告的发展历史
- 四、植入式广告的本质——一种多赢的规则安排

专题研究二：效率与公平：植入式广告研究的两个视角

- 一、效率角度：植入式广告效果研究
- 二、公平角度：关注植入式广告所带来的负外部性

专题研究三：植入式广告政府规制研究

- 一、美国规范植入式广告的实践及背后的逻辑
- 二、英国规范植入式广告的实践及背后的逻辑
- 三、小结：不同的政治理念、对个体理性的不同假设及对传媒业的不同态度，导致美英不同的规范路径
- 四、启示——我们对构建我国植入式广告政府规制的基本观点

中篇：实证篇

专题研究一：植入式广告效果评测的方法创新与指标构建

- 一、植入式广告效果研究的必要性
- 二、植入式广告效果研究的理论基础
- 三、植入式广告效果主要研究方法
- 四、植入式广告效果评测及定价的主要研究指标及体系

专题研究二：植入式广告的定价机制研究/

- 一、定价的主要影响因素
- 二、电视广告定价影响因素和基本模式
- 三、植入式广告的定价模式和价格情况

专题研究三：植入式广告与硬广告效果的认知神经科学实验研究

- 一、方法
- 二、结果与分析
- 三、结论

专题研究四：植入式广告与硬广告：两种兵器的配合与区别

- 一、研究方法与研究设计
- 二、研究发现
- 三、研究讨论
- 四、研究结论
- 五、研究不足与后续研究

专题研究五：当今植入式广告实践与其后的产业

- 一、前言
- 二、前人的研究
- 三、结论
- 四、讨论与对未来研究的建议

下篇：实务操作篇

专题研究一：中国植入式广告市场发展进程研究

- 一、宏观环境分析
- 二、国内植入式广告行业现状
- 三、未来趋势展望

<<植入式广告>>

专题研究二：世界各国植入式广告管理规制实践

- 一、美国
- 二、欧盟
- 三、英国
- 四、法国
- 五、日本
- 六、韩国
- 七、其他
- 八、中国大陆植入式广告规制及逻辑

<<植入式广告>>

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>