

<<媒体测评方法与应用研究>>

图书基本信息

书名：<<媒体测评方法与应用研究>>

13位ISBN编号：9787543928404

10位ISBN编号：754392840X

出版时间：2006-6

出版时间：上海科学技术文献出版社

作者：陈？

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>

## <<媒体测评方法与应用研究>>

### 内容概要

本书根据媒体信息环境以及信息处理技术的最新发展情况，将用语言表示而非数量表示的文献转换为用数量表示的资料，并将分析的结果用统计数字描述，形成了分析对象广泛、分析时间跨度大、分析结果较为客观的基本特点。

本书对公众形象的媒体传播的研究，可以弥补国内情报学、传播学、公共关系学实证研究的不足，也是在最新信息资源和技术环境下，对媒体分析方法的发展和创新；尝试将网络搜索、网络数据库技术、数据挖掘技术应用于媒体分析，从而得到进入当今相关研究领域的前沿。

本书的一个主要特点是作者在课题研究时正在从事媒体分析测评的具体工具，因此研究的成果和心得得到了实际应用。

本书通过国内外相关理论和方法的研究，根据媒体信息环境、信息技术发展的新成果，构建媒体测评的方法体系和测评系统，这些内容都已经得到实际的检验，获得服务对象的好评。

## <<媒体测评方法与应用研究>>

### 书籍目录

第一章 概论 第一节 内容分析 第二节 话语分析 第三节 框架分析第二章 媒体测评的流程和工具 第一节 问题定义 第二节 样本选择 第三节 数据收集 第四节 数据准备 第五节 数据分析第三章 媒体测评的路径 第一节 列联表分析 第二节 相关分析 第三节 多元分析 第四节 因子分析 第五节 语义分析第四章 媒体测评的应用 第一节 关于对手及环境的监测和分析 第二节 对于公共关系 (PR) 的分析和评价 第三节 国内外主要媒体测评机构简介第五章 上海城市形象媒体测评 第一节 研究样本的确定 第二节 研究框架的建立 第三节 数据库测评系统 第四节 数据标引和分析 第五节 媒体测评结果第六章 媒体测评相关案例 第一节 公司报道与股价的相关性测评 第二节 企业形象的媒体测评 第三节 突发事件的媒体内容分析 第四节 面向媒体行业的测评分析小结参考文献

<<媒体测评方法与应用研究>>

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>