

电视覆盖率调研的理论、方法与应用



[电视覆盖率调研的理论、方法与应用_下载链接1](#)

著者:

出版者:

出版时间:2008-11

装帧:

isbn:9787501185818

《电视覆盖率调研的理论、方法与应用》系统梳理与盘点美兰德十年来关于中国电视频道覆盖与收视状况的调研成果，客观记录并归纳总结1999年至2008年间中国电视媒体传播界的重要理论研究成果及发展历程；探讨新技术、新媒体、新营销环境下的电视传播通路管理思路与策略。对于电视媒体来说，覆盖相当于企业产品的铺货和营销通路，是将产品从生产者流通到消费者的销售渠道，电视频道覆盖状况一方面制约着节目的收视率，同时也决定着频道所承载广告信息的传播广度、范围、影响规模和结构，是频道参与电视媒体市场竞争的硬性指标。覆盖率的高低在很大程度上决定着电视频道的传播价值及影响力，可以说，电视频道覆盖是市场营销中渠道建设在媒体营销上的完美演绎。

作者介绍:

目录:

[电视覆盖率调研的理论、方法与应用_下载链接1](#)

标签

市场

评论

[电视覆盖率调研的理论、方法与应用_下载链接1](#)

书评

[电视覆盖率调研的理论、方法与应用_下载链接1](#)