

Д. А. Шевченко

ИССЛЕДОВАНИЯ КОММУНИКАЦИИ



Оглавление

Введение	5
Глава 1. Понимание и структура исследования коммуникации	7
1.1. Коммуникация: понимание и разновидности.....	7
1.2. Структура коммуникационного процесса.....	11
1.3. Участники коммуникационного процесса.....	16
Контрольные вопросы	21
Глава 2. Понимание и структура исследования коммуникации	23
2.1. Исследования коммуникации являются частью общей маркетинговой стратегии организации.....	23
2.2. Разновидности методов исследования коммуникации.....	26
2.3. Количественные методы исследования	31
2.4. Качественные методы исследования	43
2.5. Смешанные методы исследования	53
2.6. Методы онлайн-исследования коммуникаций.....	62
Контрольные вопросы	68
Глава 3. Тестирование — основной метод исследования коммуникации	72
3.1. Тестирование коммуникации: принципы и методы.....	72
3.2. Этапы и средства тестирования рекламной коммуникации.....	75
3.3. Выбор средств тестирования	78
Контрольные вопросы	91
Глава 4. Исследования коммуникации по модели профессора Д. Шевченко	94
4.1. Модель системы интегрированных коммуникации профессора Д. Шевченко.....	94
4.2. Характеристика ATL, BTL, PR в модели системы интегрированных коммуникаций.....	98
Контрольные вопросы	112
Глава 5. Исследования коммуникации: ATL.....	115
5.1. Характеристика коммуникации: ATL.....	115
5.2. Методы исследований коммуникации (рекламы ATL)	127

5.3. Смешанные формы исследования рекламы	133
Контрольные вопросы	138
Глава 6. Исследования коммуникации: BTL	141
6.1. Характеристика коммуникации: BTL	141
6.2. Методы исследования коммуникации (мероприятий BTL).....	147
Контрольные вопросы	168
Глава 7. Исследования коммуникации связей с общественностью.....	170
7.1. Исследования связей с общественностью — основа стратегии организации.....	170
7.2. Характеристика коммуникации связей с общественностью	175
Контрольные вопросы	183
Глава 8. Методы исследований связей с общественностью — PR	185
8.1. Специфика исследований связей с общественностью (PR)	185
8.2. Характеристика количественных методов исследований PR	190
Контрольные вопросы	201
Глава 9. Качественные методы исследований PR.....	203
9.1. Характеристика качественных методов исследования PR	203
9.2. Смешанные методы/триангуляция в PR.....	209
Контрольные вопросы	210
Глава 10. Методика оценки коммуникации бренда в социальных сетях профессора Д. Шевченко.....	212
10.1. Методология исследования	212
10.2. Методика исследований коммуникации бренда в социальных сетях.....	214
Контрольные вопросы	221
Заключение	224
Список литературы.....	226