

[조사연구계획서]

2009 Media Research 계획안

2009. 8.



Korea Advertisers Association

(사)한국광고주협회

1. 조사의 배경 및 목적

- ◆ 미디어 시장이 급변함에 따라 TV, 신문, 인터넷, 케이블TV, IPTV등 다양한 매체에 대한 종합적인 조사 필요
- ◆ 기존 조사에 대한 불신 증대(예:TV시청율)
- ◆ 신문 판형 변화, Old Media vs New Media 판도변화 예측 필요
- ◆ 각 매체별, 구독률, 시청율, 매체확대 가능성 파악
- ◆ 우후죽순으로 등장하는 인터넷 언론에 대한 현황 파악 시급

2. 조사 일반 사항

- ◆ 조사명 : 2009 미디어리서치
 - ◆ 표본수 : 10,000명
 - ◆ 조사대상 : 전국 16개 도시 15세 ~ 69세
 - ◆ 조사방법 : 설문지에 의한 개별면접방법
 - ◆ 조사기간 : 2009년 8월 ~ 10월
 - ◆ 표본추출 방법 : 인구센서스, 인구비례에 의한 표본추출
 - ◆ 실사시간 : 2009년 9월
- (조사 계획은 조사회사와의 협의에 따라 변경될 수 있습니다)

3. 2009 조사의 특성

- ◆ 전국 최대규모 매체수용자 행태조사
- ◆ 가장 객관적이고 공정한 조사, One source Multi use 조사
- ◆ 각 매체별 구독률, 열독률, 접촉도 등을 우선적으로 조사

4. 조사의 주요 내용

- ◆ 응답자 기본 Profile
- ◆ One source, Multi use형 조사
- ◆ 전 매체 접촉 행태(TV, CATV, 신문, 잡지, 온라인, DMB, IPTV 등)
- ◆ 시청율, 구독률, 매체별 인지도, 향후 접촉 가능 매체
- ◆ 모든 광고매체에 대한 현재와 미래 전망
- ◆ 온라인뉴스사이트에 대한 정량, 정성적 조사

신 청 서

본사는 귀 협회에서 실시하는 '2009 미디어리서치'
자료 구매를 신청합니다.

2009년 월 일

회사명

대표자

(인)

[담당자 연락처]

성 명

전 화

E-mail

한국광고주협회 귀중

[회신 연락처 : 담당자 홍헌표 팀장 / 전화 3668-9420, 팩스 780-2371]