

Efnisyfirlit

1	Inngangur	- 1 -
1.1	TILURÐ	- 1 -
1.2	UPPBÝGGING SKÝRSLU	- 2 -
2	Eyjafjörður sem markaður	- 3 -
2.1	ÍBÚAR	- 4 -
2.2	FYRIRTÆKI.....	- 5 -
3	Mikilvægi markmiðasetningar.....	- 6 -
3.1	STEFNA	- 7 -
3.2	STEFNUMÓTUN.....	- 7 -
3.3	SAMKEPPNISGREINING	- 7 -
3.4	TENGSL FRÁ STEFNUMÓTUN TIL BIRTINGAAÉTLUNAR	- 8 -
4	Áætlanir	- 9 -
4.1	ÁÆTLANIR SEM TÆKI	- 9 -
4.2	FJÁRHAGSLEG GAGNSEMI ÁÆTLANA.....	- 10 -
5	Miðlar.....	- 12 -
5.1	VAL MIÐLA	- 13 -
5.2	LJÓSVAKAMIÐLAR	- 15 -
5.2.1	<i>Sjónvarp</i>	- 15 -
5.2.2	<i>Útvarp</i>	- 17 -
5.2.3	<i>Prentmiðlar</i>	- 19 -
5.3	FJÖLMIÐLAKANNANIR.....	- 23 -
5.4	YFIRLIT UM MIÐLA	- 23 -
6	Auglýsingar.....	- 25 -
6.1	AUGLÝSINGASTOFUR	- 26 -
6.2	AUGLÝSINGAGERÐ.....	- 27 -
6.2.1	<i>Innihald auglýsinga</i>	- 27 -
6.3	MÆLING Á ÁHRIFUM AUGLÝSINGA.....	- 28 -
7	Rannsóknin.....	- 32 -
7.1	FYRIRTÆKIN Á SVÆÐINU	- 32 -
8	Niðurstöður rannsóknar.....	- 34 -
8.1	VINNA VIÐ ÁÆTLANAGERÐ	- 34 -
8.2	VINNSLA AUGLÝSINGA HJÁ VIÐKOMANDI FYRIRTÆKJUM	- 34 -
8.3	ER MARKVISST VERIÐ AÐ MÆLA ÁHRIF AUGLÝSINGA?	- 35 -
8.4	MIÐLAR SEM FYRIRTÆKIN ERU AÐ NOTA	- 36 -
8.5	BÝR EYJAFJARDARSVÆÐIÐ YFIR SÉRKENNUM?	- 36 -
9	Tillögur	- 38 -
10	Umræða.....	- 40 -
11	Niðurstöður.....	- 41 -
12	Heimildaskrá	- 42 -
13	Viðaukar	- 45 -
13.1	KANNANIR IMG GALLUP.....	- 45 -
13.2	VIÐTALSRAMMI	- 50 -