

# 当代广告运作



[当代广告运作\\_下载链接1](#)

著者: (英) 马克·威廉姆斯赫尔斯特

出版者: 企业管理出版社

出版时间: 2001-08

装帧: 平装

isbn: 9787801475558

作者简介:

约翰·威廉姆斯赫尔斯特

著名市场战略和营销传播顾问，在英国、欧洲、美洲以及亚洲都有着丰富的经验。他曾担任REED国际集团的广告经理、伦敦广告代理协会理事，约翰·威廉姆斯赫尔斯特市场咨询公司（现邓肯·亚历山大暨威廉姆斯赫尔斯特公司）首席执行官。目前任Romaine市场营销有限公司董事和格林威治大学营销传播客座教授。

阿德利安·马克

曾先后任职Beecam/Cow&Gate，和Rhone Poulenc,有着丰富的经验。他还曾在London Home Countries广告公司任职数年。现任邓肯·亚历山大暨威廉姆斯赫尔斯特公司的首席市场营销与培训总监。

作者介绍:

目录: 第二版序言

致谢  
第一部分  
广告的主题  
第1章广告业  
1.1追溯广告的起源  
1.2广告业的发展  
1.3现有广告情况  
• • • • • ([收起](#))

[当代广告运作\\_下载链接1](#)

## 标签

广告

营销

英国

星亮

## 评论

略翻了，大部分不感兴趣。喜欢市场营销环境下的广告部分。

-----  
书中的观念略有过时，但其全面和系统的介绍欧洲广告的运作模式，值得一读

-----  
很受用。前边对整个市场营销都有一定的介绍，较全面。但因为是2001年版的，所以很多现在不适用，且是针对英国的，对中国影响不大

-----  
[当代广告运作\\_下载链接1](#)

书评

-----  
[当代广告运作\\_下载链接1](#)