

当代广告学（第11版·通用教材版） [Contemporary Advertising]



[当代广告学（第11版·通用教材版） \[Contemporary Advertising\]_下载链接1](#)

著者:[美] 威廉·阿伦斯 著，丁俊杰，程坪，陈志娟 等 译

[当代广告学（第11版·通用教材版） \[Contemporary Advertising\]_下载链接1](#)

标签

评论

书的内容还不错、买了几百本了、慢慢看慢慢消化、质量没问题、都是册封好了的、物流也很快、非常好、京东图书还可以采购一些冷门书、选择面会更大！

书很好，是正品，给妹子买的，内容质量就不清楚了，习惯好评

京东买书，方便快捷，便宜省事。买过很多次了。好评满满！辛苦快递员了！

单位购集体用书，书质量不错，期待学习效果

很棒的书，设计师广告狗必备必学！

此用户未填写评价内容

哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈哈

书还可以，包装质量不错，买回来还没看。一次买了不少书，一点点看吧。

重新读书，好好学习，天天努力

京东送货速度快，换货也是，感谢感谢，以后还是会选京东，便宜实惠，折扣大。

凑单买的，价格合理，信赖京东。

好好学习 天天进步 这是毛爷爷告诉我的。京东给力

买书如山倒，看书如抽丝。。。看见打折就忍不住了

教材，都是略微陈旧，书籍是正版的。

京东满99减50买的，价格实惠，纸质好，字迹清楚！支持京东！！

送人的 据说还可以

一直在京东买书，速度快，质量有保证。

计算机三级睡觉唉i2i今晚还不上班睡吧睡吧岁岁年年

很好很好很好很好很好很好

。评价可以有京豆？？？ 嘿嘿嘿哈哈哈要京豆够了吧

便宜，放心，快递服务又快又好

很专业的书籍，慢慢消化

不错?????

书挺好，被我浪费了

在豆瓣上看到评价不错，买回来慢慢看

麻麻香麻麻香麻麻香嘛嘛

不错 包装可以 书没有皱 内容也很好

给单位买的，这些工具书质量都很棒

东西还是不错的，送的也很快

教科书式的。还不错吧好的好的

使用了感觉不错哦，大家可以试试

宝贝很好，女朋友很喜欢。

书本不错的，挺好的

非常好的商品，物流非常快，非常满意

非常好，是正品，同事都喜欢看。

挺好的 唯一的缺憾是买不起精装版 sad

专业性太强了，看起来有点吃力。

书很完好，内容也很棒，是经典

包装完好 书很新很喜欢

一直相信京东自营产品，不用担心买到假货

质量很好 包装不错 是正品

突然之间就没兴趣看书了，

呢莫5粒果蔬连连看

很好，很满意

很好的教材，

嗯嗯嗯嗯嗯

纸张质量一般，内容较好

系统、实用……

速度超级快

值得看看

很有帮助

买完就……

可以哦

很一般的书，随便翻翻吧！

听一般的说～～～听一般的说～～～

可以，才慢慢学习呢

从北京到青岛 星期三上午订的 非得给我弄到星期一到 快递还是很给力的挺快
就是出库速度 唉 不过书整体还不错

不错

实用

很好

送来书都破了，不过不影响阅读就算了。

好

我为什么喜欢在京东买东西，因为今天买明天就可以送到。我为什么每个商品的评价都一样，因为在京东买的东西太多太多了，导致积累了很多未评价的订单，所以我统一用这段话作为评价内容。京东购物这么久，有买到很好的产品，也有买到比较坑的产品，如果我用这段话来评价，说明这款产品没问题，至少85分以上，而比较垃圾的产品，我绝对不会偷懒到复制粘贴评价，我绝对会用心的差评，这样其他消费者在购买的时候会作为参考，会影响该商品销量，而商家也会因此改进商品质量。

还没有开始看、先囤着、到时候翻一翻、有意思就看完！

理论写的确实不错，但只是针对美国市场。希望将来能看到国内的相关不错书籍。

这本书包装没啥问题，里面也看了。还将就

速度一如既往的快！用了感觉很不错！还是京东靠谱！点赞！

非常非常好、看着就是正版、

不错，书的内容比较充实，讲的比较详尽，性价比高

书没破损

好！！

还没开箱。物流很快。相信京东。

学习

还可以的，已经看完

不错的讲广告的书

很系统，理论性很强，可以为开展工作打好基础

不错不错不错不错不错不错不错不错不错不错不错

有用

商品很好，快递很赞。

书真心不错，虽然与时代有些脱节，不过所讲内容還是很实用

用起来很舒服，还不错吧。

良心书。

很好的一本书，就是贵了点

书不错，是讲解广告知识的经典教材。

还没看，看完再说！

好书，赞

非常好，经典

书很不错，值得一读，推荐购买

非常好，京东就是给力，质量没的说。

书不错，送货速度快，送人的，很满意！

还行

好书，内容有干货，送货快，性价比超高，推荐。

物流快，价格也可以。

很有帮助的一本书

好书

不错，值得购买。

质量 封面质感不错 内容还没看 相信是本不错的书

哈哈哈哈哈哈哈吼吼好好

物流很好很好，就是书有点旧呐，灰尘也很多

学习的经典教材。。。。

好好好好好好好好好好好好好好好好好好

不错。。。。。。。。。。

好评。好评。好评。好评。好评。好评。好评。好评。好评。好评。好评。好评。
好评。好评。好评。

还好吧！！没有卷，有点贵

广告人必备用书~~~

这本教材非常值得推荐

usjhshsjshhsbsbsbsbsn不错

很好的广告学著作，学习感触很大

还不错。。。。。。。

很不错，好好学习天天向上

经理实惠，确实不错哦！！！！

书还不错，赞一下。。。

书质量很不错，内容详实，是一本这方面的好书。

还不错，物美价廉，好评。

非常喜欢这本书的版式设计和内容布局，见图

老师指定购买的教材。第二次购买

还可以吧，习惯好评了

还没看，认真看后评价吧。

好吧 我其实是好奇买的这货，慢慢看

不愧为学广告必读书目，不过本书立足点还是将广告作为营销里很小的一个部分来想

都是好早就想买的书 买来慢慢看

配送很快，还有赠品呢。

经典就是经典！知识很全面

我想好好看的，但暂时还没看

还不赖。。。。。。。。

帮老师买的，经典的广告专业书

值得购买，值得一看，挺有意思

店家挺好，发货速度很快，值得信赖！

不是全彩，全彩的300多，广告经典

还不错，第一次完好无损

很好很好很好很好很好不错

好读书啊！好读书啊！

速度快，服务好，书很有用

经典教材，初学者应该看看

刚需，上课要用的，用卷价格很合适

《当代广告学（第11版·通用教材版）》是一本广告学经典教材。这本教材在脉络的清晰、资料的新颖上都有其独到之处；并同时兼顾了实际操作性与艺术感染力。对广告学的学习者来说，是一本不可多得的优秀教材。作为本书的译者，我们深深地为阿伦斯这位曾经“帮助界定了广告学教材应该如何编写”的广告老兵的坚守而感动。——

丁俊杰

中国传媒大学教授，博士生导师，前中国传媒大学副校长，中国广告协会学术委员会主任。

前一阵子，《中国广告》杂志让我写一个“影响当代中国广告进程的20本书”的名单，我毫不犹豫地列进了这本《当代广告学》。

本书分5编，共15章。开篇先对广告作了一个概述，

随之探讨了营销战略与广告战略的制定，包括营销与消费者行为、市场细分与营销组合、调查、营销与广告策划以及媒介战略策划等内容。整合营销的思想贯穿全书始末。

本书还详细探讨了广告创作，包括创意战略与创意过程、创意的实施以及广告制作。

同时，本书对印刷媒介、电子媒介、

数字互动媒介、户外媒介、陈列媒介和辅助媒介等的运用作了细致阐述。

国内经典教材，内容与国际接轨。

好好好，趁活动买了好多

好书！学习广告需要。

已经用上了，还不错，很好

很好 很好 很好 很好 很好

内容详实，资料丰富，很不错

价廉物美非常好，非常值得购买

很好，，。。很好。。。。很好。。。。

好好好好好好好好好好好好

很好的书，专业教材，我很喜欢

啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊啊

没怎么看~~~~~

东西很好很好，真心不错，服务态度很好。

很有用的书，物流速度快

不错，钱不够不然买个300多的！送货有点慢。

拿到手后发现书有破损，应该是运送时造成的

内容涉及中国主权问题进行

买了一堆新书，从北京运到上海，就套一个塑料袋？！打开书角都磕了，说实话我也不是矫情的人，书还是一样能看，但是那么大个京东，你们的快递就这水平？！是在心寒，请给个解释！

送货速度快，点赞点赞

《当代广告学（第11版·通用教材版）》是一本广告学经典教材。这本教材在脉络的清晰、资料的新颖上都有其独到之处；并同时兼顾了实际操作性与艺术感染力。对广告学的学习者来说，是一本不可多得的优秀教材。作为本书的译者，我们深深地为阿伦斯这位曾经“帮助界定了广告学教材应该如何编写”的广告老兵的坚守而感动。——

丁俊杰

中国传媒大学教授，博士生导师，前中国传媒大学副校长，中国广告协会学术委员会主任。前一阵子，《中国广告》杂志让我写一个“影响当代中国广告进程的20本书”的名单，我毫不犹豫地列进了这本《当代广告学》。

广告学经典，已经第11版了，经久不衰。

商品不错，值得购买。

专业书籍，很好很满意。

作为广告界里不可多得的一本经典教材。值得深入学习。系统，规范这都不用说了。向老爷子致敬！

看了会觉得挺喜欢的吧

OK.....

送货挺快的 不错书也很好 正在用

好用，我非常满意。。

综合来看还不错，质量还可以，正版图书。

书籍不错，质量很好，是正版

非常专业，印刷优质，推荐购买。

长度在5-200个字之间
填写您对此商品的使用心得，例如该商品或某功能为您带来的帮助，或使用过程中遇到的问题等。最多可输入200字

还不错还不错还不错还不错还不错还不错还不错还不错还不错

还好啦，物流很给力，发货很快！

好久没买教材了，理论全套

书嘛，那是没的说，只能说好。。。。。。。。。。。。。。。。。。。。

《当代广告学（第11版·通用教材版）》是一部源于美国畅销于全球的广告学教科书，自第一版始，先后被翻译成法语、西班牙语、俄语、韩语、汉语等多种文字出版发行，在美国、加拿大、欧洲、俄罗斯、韩国、有900多所大学采用本书作为教材，受到学界和商界两方面的认可和赞誉，被公认为该领域的一本经典教科书。
本通用教材版译自被作者称为25周年“银婚纪念版”的英文本第11版，在此基础上删减了部分章节、案例与练习，篇幅更加紧凑，内容更加精炼。
本书分5编，共15章.开篇先对广告作了一个概述，随之探讨了营销战略与广告战略的制定，包括营销与消费者行为、市场细分与营销组合、调查、营销与广告策划以及媒介战略策划等内容。整合营销的思想贯穿全书始末。
本书还详细探讨了广告创作，包括创意战略与创意过程、创意的实施以及广告制作。同时，本书对印刷媒介、电子媒介、数字互动媒介、户外媒介、陈列媒介和辅助媒介等的运用作了细致阐述。
本书既适合作为高等院校普通文科、新闻、传媒和工商管理类专业广告学课程教材，同时，由于它一直以来实践应用导向的特点，因此也适合广告界的从业人员参考阅读。

[当代广告学（第11版·通用教材版）\[Contemporary Advertising\] 下载链接1](#)

书评

[当代广告学（第11版·通用教材版）\[Contemporary Advertising\]_下载链接1](#)