

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 1. Record Nr.           | UNINA9910822522903321   |
| Titolo                  | How advertising works : the role of research // edited by John Philip Jones   |
| Pubbl/distr/stampa      | Thousand Oaks, Calif., : Sage Publications, c1998   |
| ISBN                    | 9781452231501<br>1452231508<br>9780761912408<br>0761912401<br>9781452267562<br>1452267561   |
| Edizione                | [1st ed.]   |
| Descrizione fisica      | 1 online resource (358 p.) : ill., facsim   |
| Altri autori (Persone)  | JonesJohn Philip  |
| Disciplina              | 659.1   |
| Soggetti                | Advertising - Research<br>Advertising   |
| Lingua di pubblicazione | Inglese   |
| Formato                 | Materiale a stampa  |
| Livello bibliografico   | Monografia  |
| Note generali           | Description based upon print version of record.   |
| Nota di bibliografia    | Includes bibliographical references and indexes.  |
| Sommario/riassunto      | Bringing together the theory and practice of advertising, this is an authoritative handbook of the research procedures which determine effective advertising. |