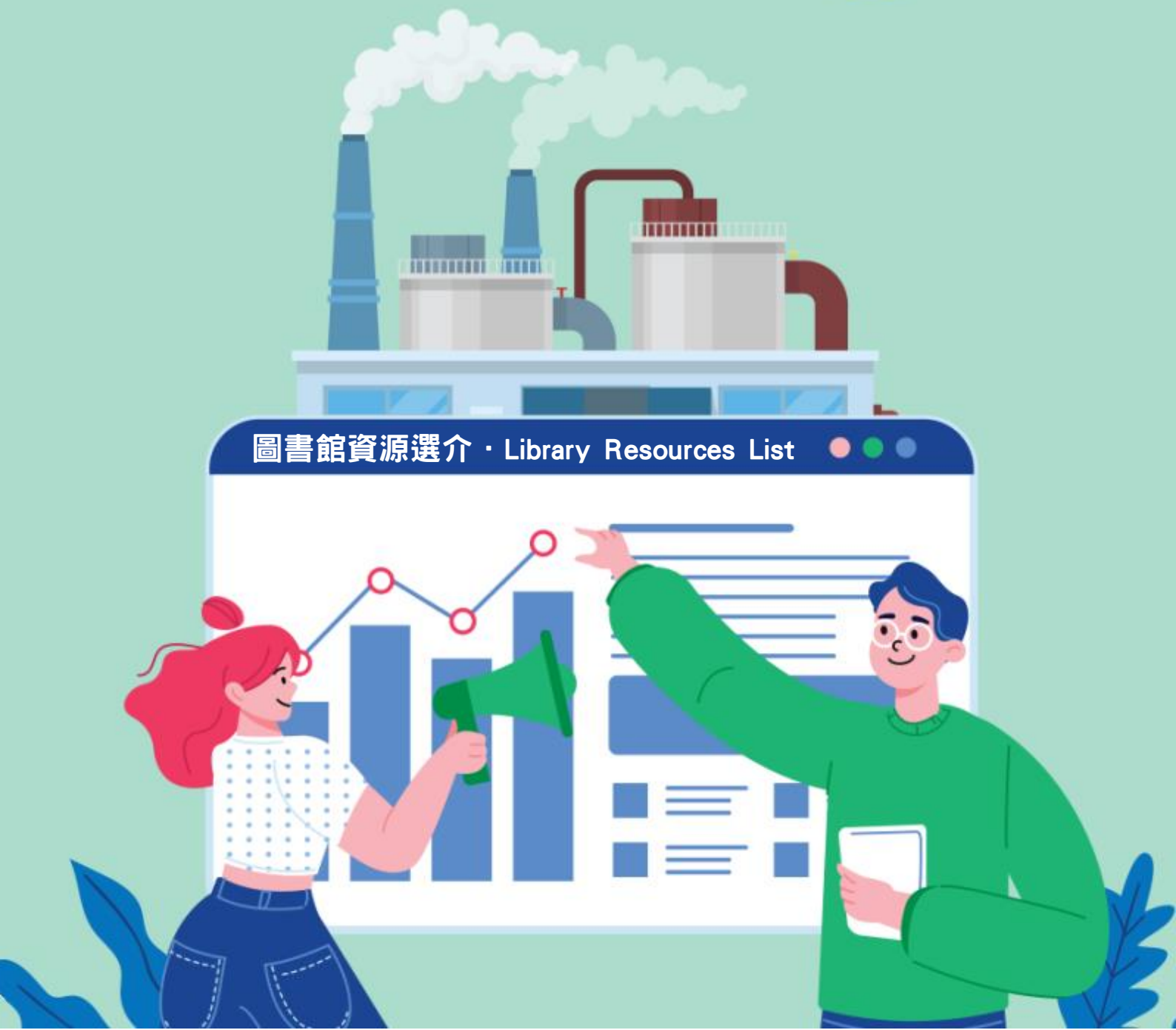


# 營銷進化史

## The History and Revolution of Marketing

圖書館資源選介 · Library Resources List



## 引言 **Introduction**

有效的營銷策略能幫助企業尋找並吸引目標客戶、提升品牌知名度以至發展未來品牌價值。而行銷手法亦隨社會變化及科技進步與時並進。讀者可透過圖書館館藏及電子資源，認識和了解營銷的發展和變遷。

Effective marketing strategy empowers businesses to forge meaningful connections with their target audience, elevate brand visibility, and cultivate lasting brand value. This dynamic field has evolved rapidly, driven by technological advancements and shifting consumer behaviors. Readers may explore the development and changes of marketing through the library collection and electronic resources.

## 目錄 Content

|   |                    |            |
|---|--------------------|------------|
| 1 | 書籍 Books           | p. 3 - 14  |
| 2 | 電子資料庫 e-Databases  | p. 15 - 20 |
| 3 | 網上資源 Web Resources | p. 21      |



王俊人。《數據紅利：看 77 個品牌,如何在巨變下找到藍海：企業經營者.數位行銷人.成長駭客必讀!》。台北市：墨刻出版股份有限公司，2024。



[索書號：496 1028](#)

文春英。《外國廣告發展史》。北京：中國傳媒大學出版社，2006。



[索書號：497.09 0054](#)



[方正中文電子書](#)

戈德凡 (Goldfayn, Alex L.)。《社會化媒體時代的口碑營銷：蘋果 iphone、亞馬遜 Kindle 在互聯網時代風靡全球的營銷秘密 = Evangelist marketing：what Apple, Amazon, and Netflix understand about their customers (that your company probably doesn't)》。北京：企業管理出版社，2013。



[索書號：496.5 6073](#)

王儒年。《欲望的想像：1920-1930 年代《申報》廣告的文化史研究》。上海：上海人民出版社，2007。



[索書號：948.8 1028](#)



[方正中文電子書](#)

布雷恩里奇 (Breakenridge, Deirdre.)。《品牌的革命 = Cyberbranding：brand building in the digital economy》。北京：電子工業，2002。



[索書號：496 1740](#)

艾倫 (Allen, Frederick.)。《神祕配方：可口可樂百年行銷傳奇 = Secret formula : how brilliant marketing and relentless salesmanship made Coca-Cola the best-known product the world》。台北：麥田，1996。



[索書號：496 0774](#)

全球摩登女郎研究小組。《摩登女郎：消費、現代性與全球化（1920 至 1930 年代）》。香港：香港中文大學出版社，2025。



[索書號：544.5 0143](#)



[「學術天地」電子書](#)

李善美。《行銷人的文案寫作：業務行銷、社群小編、網路寫手及上班族必備的職場基本功》。台北市：日月文化出版股份有限公司，2024。



[索書號：496.5 4088](#)

許俊基主編。《中國廣告史》。北京：中國傳媒大學出版社，2006。



[索書號：497.092 5602](#)

吳博林。《廣告 101：引爆 Digital Marketing》。香港：天窗出版社，2017。SUEP 電子書。索書號：497.09391 2644



[索書號：497.09391 2644](#)



[SUEP 電子書](#)

亨德(Hund, Emily)。《做自己,最好賣?：網紅產業如何販售真實性 = The influencer industry : the quest for authenticity on social media》。新北市：大家出版:遠足文化，2024。



[索書號：496 0583](#)

杜艷艷。《中國近代廣告史研究》。廈門：廈門大學出版社，2013。



[索書號：497.092 4422](#)

阿方索(Alfonso, Darrell)。《Martech 實戰聖經：不再浪費行銷預算!自有數據 X 精準投放的關鍵利器,為你找到真正客戶、獲取更高營收!》。台北市：商周出版，2023。



[索書號：496.5 0750](#)

明石岳人。《短影音聖經：社群行銷 100 鐵則,絕對瘋傳又賣爆!》。新北市：野人文化出版，2024。



[索書號：496 6178](#)

東尼 Phemey Pon。《爆數密碼》。香港：青森文化，2016。



[索書號：496.5 5077](#)



[SUEP 電子書](#)

林邦源, 凌羽一。《品牌超連結：十大 Marketers 成功實學》。香港：經濟日報出版社，2016。



[索書號：496 4453](#)



[SUEP 電子書](#)

孟恭祝。《內銷大商機：港商北闖神州的致勝之道》。香港：經濟日報出版社，2013。



[索書號：496.5092 1743](#)

孟恭祝。《內銷啟示錄：往事回味篇》。香港：香港品牌內銷協會，2013。



[索書號：496.5092 1743](#)

胡昭民。《社群行銷圈粉力：FBxLineIGx 抖音 xYouTube：打造爆紅商機的行銷工作術》。新北市：博碩文化股份有限公司，2023。



[索書號：496 4767](#)

香港品牌發展局編著。《香港品牌 新 經典》。香港：香港品牌發展局，2015。



[索書號：496 2362](#)

洪錦魁。《AI 行銷：未來商業新視界 = AI marketing : a new vision for future business》。台北市：深智數位股份有限公司，2024。



[索書號：490 3482](#)

凌羽一、嚴啟明。《贏銷策略—打造品牌必讀 50 例》。香港：經濟日報出版社，2012。



[索書號：496 6636](#)



[SUEP 電子書](#)

凌羽一。《贏銷 0 與 1：新世代營銷實戰攻略》。香港：天窗出版社，2017。



[SUEP 電子書](#)

徐航明。《這些 logo 原來是這樣來的：世界最著名的 60 個品牌文化與創立故事 = The origins of the logos》。台北：上奇時代，2014。



[索書號：496 2826](#)

徐綠。《卜街 預視未來營銷趨勢》。香港：天窗出版社，2017。



[索書號：496 2827](#)



[SUEP 電子書](#)

細田高廣。《從概念開始: 為產品、服務、企畫、行銷生成新價值的方法》。台北市：經濟新潮社，2025。



[索書號：176.4 2600](#)



[OverDrive 中文電子書 \(繁體\)](#)

閔建蜀。《市場管理》。香港：商務，1982。



[索書號：496 0481](#)

黃濤。《現代營銷方法全書 = Modern marketing method whole book》。香港：中華百科，2005。



[索書號：496.04 1298](#)

趙美儀 (Chiu, Juanita.)。《無利時代：戰狼經營策略》。香港：香港財經移動出版有限公司，2020。



[索書號：496 4982](#)

劉京濤。《淘寶天貓數據化運營實戰》。北京：北京大學出版社，2020。



[方正中文電子書](#)

鄭苑鳳。《贏在起跑點！FB+IG+LINE 社群媒體操作經營活用術》。新北市：博碩文化，2020。



[索書號：496 8747](#)



[OverDrive 中文電子書 \(繁體\)](#)

蔣建國。《消費意象與都市空間：廣州報刊廣告研究 1827—1919》。廣州：暨南大學出版社，2008。



[方正中文電子書](#)

鄭毓煌。《科特勒經典行銷學：一本掌握「現代行銷學之父」菲利浦.科特勒完整行銷理論及重點》。台北市：商周出版，2024。



[索書號：496 8789](#)

竇文字。《內容營銷：數字營銷新時代》。北京：北京大學出版社，2021。



[方正中文電子書](#)

嚴啟明。《贏銷策略：打造品牌必讀 50 例 / 嚴啟明, 凌羽一合著.》。香港：經濟日報出版社，2012。



[索書號：496 6636](#)

顧環宇。《中國品牌營銷全記錄 = Brands marketing / 顧環宇著.》。廣州：廣東經濟，2003。



[索書號：496.092 3113](#)

Applegate, Edd. *The rise of advertising in the United States : a history of innovation to 1960*. Lanham, MD: Scarecrow Press, 2012.



[Call no.: 659.10973 APP](#)

Brown, Stephen. *Marketing - the Retro Revolution*. London: SAGE Publications, Limited, 2001.



[Call no.: 658.8 BRO](#)



[ProQuest Ebook Central](#)

Diamond, Stephanie and John Haydon. *Facebook Marketing For Dummies*. Hoboken, NJ : For Dummies, 2018.



[Call no.: 658.872 HAY](#)



[eBooks on EBSCOhost](#)

Essex, Andrew. *The End of Advertising: Why It Had to Die, and the Creative Resurrection to Come*. New York: Random House Publishing Group, 2017.



[OverDrive eBooks](#)

Finch, Lloyd C.. *Telemarketing : applications and opportunities*. Menlo Park, CA: Crisp Publications, 1995.



[Call no.: 658.853 FIN](#)

Gil, Carlos. *The end of marketing : humanizing your brand in the age of social media*. London; New York, NY: Kogan Page Inc, 2022.



[Call no.: 658.8 GIL](#)

Harvard Business Review. *HBR's 10 Must Reads for Sales and Marketing Collection (5 Books)*. Boston, MA: Harvard Business Review Press, 2020.



[eBooks on EBSCOhost](#)

Hempshell, Mark. *How to write sales copy that really sells!*. London: Thorsons, 1992.



[Call no.: 658.82 HEM](#)

Houlind, Rasmus. *Make it all about me : leveraging omnichannel and AI for marketing success*. London: LID Publishing Limited, 2019.



[Call no.: 658.87 HOU](#)

Hund, Emily. *The influencer industry : the quest for authenticity on social media*. Princeton, NJ: Princeton University Press, 2023.



[Call no.: 658.872 HUN](#)

King, Katie. *AI strategy for sales and marketing : connecting marketing, sales and customer experience*. London; New York, NY: Kogan Page Inc, 2022.



[Call no.: 658.8 KIN](#)

Knightley, M. *The complete guide to home mail order*. London: King fisher Books, 1974.



[Call no.: 658.872 KNI](#)

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan. *Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit*. Hoboken, NJ: Wiley, 2010.



[Call no.: 658.8 KOT](#)



[O'Reilly for Public Libraries](#)

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan. *Marketing 4.0 : moving from traditional to digital*. Hoboken, NJ: Wiley, 2017.



[Call no.: 658.8 KOT](#)



[O'Reilly for Public Libraries](#)

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan. *Marketing 5.0 : technology for humanity*. Hoboken, NJ: Wiley, 2021.



[Call no.: 658.8 KOT](#)



[O'Reilly for Public Libraries](#)

Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya and Iwan Setiawan. *Marketing 6.0 : the future is immersive*. Hoboken, NJ: Wiley, 2024.



[Call no.: 658.8 KOT](#)



[O'Reilly for Public Libraries](#)

Krasniak, Michelle. *Social Media Marketing All-in-One For Dummies*. Hoboken, NJ: For Dummies, 2025.



[O'Reilly for Public Libraries](#)

Pemberton, Jack. *Artificial Intelligence, Real Profits: Mastering ChatGPT-4 for Business Marketing*. La Vergne: eBookIt.com, 2023.



[OverDrive eBooks](#)

Phillips, Kim Walsh. *Ultimate Guide to Instagram for Business*. Irvine, CA: Entrepreneur Press, 2023.



[Call no.: 770.28553 WAL](#)



[OverDrive eBooks](#)

Phillips, Michael, Mary Randolph and Salli Rasberry. *Marketing without advertising*. Berkeley, CA: Nolo, 1997.



[eBooks on EBSCOhost](#)

Reichert, Tom. *The erotic history of advertising*. Amherst, N.Y.: Prometheus Books, 2003.



[Call no.: 659.109 REI](#)

Roetzer, Paul. *Marketing artificial intelligence : AI, marketing, and the future of business*. Dallas: TX: Matt Holt Books, 2022.



[Call no.: 658.800285 ROE](#)

Rowles, Daniel. *Mobile marketing : how mobile technology is revolutionizing marketing, communications and advertising*. London; Philadelphia, PA: Kogan Page, 2014.



[Call no.: 658.872 ROW](#)

Scott, David Meerman. *The new rules of marketing & PR : how to use content marketing, AI, social media, podcasting, video, and newsjacking to reach buyers directly*. Hoboken, NJ: Wiley, 2024.



[Call no.: 658.872 SCO](#)

Shear, Richard, Mark Kingsley and Debbie Millman. *A History of Brands*. Beverly, MA: Rockport Publishers, 2025.



[O'Reilly for Public Libraries](#)

Singh, Shiv. *Marketing with AI For Dummies*. Hoboken, NJ: For Dummies, 2024.



[OverDrive eBooks](#)

Sterne, Jim. *Artificial Intelligence for Marketing*. Hoboken, NJ: Wiley, 2017.



[Call no.: 658.800285 STE](#)



[O'Reilly for Public Libraries](#)

Sweeney, Russell C. *Coming next week : a pictorial history of film advertising*. South Brunswick: A.S. Barnes, 1973.



[Call no.: 659.1 SWE](#)

Sweezy, Matthew. *The Context Marketing Revolution : How to Motivate Buyers in the Age of Infinite Media*. Boston, MA: Harvard Business Review Press, 2020.



[Call no.: 658.8343 SWE](#)



[eBooks on EBSCOhost](#)

Tasgal, Anthony. *The Classical Marketing Book*. London: LID Publishing, 2025.



[eBooks on EBSCOhost](#)

Thorley, Nigel. *Jaguar : marketing the marque : the history of Jaguar seen through its advertising, brochures and catalogues*. Somerset, UN: Newbury Park, Calif: Haynes Pub; North America, 2006.



[Call no.: 629.2222 THO](#)

Tiwari, Sunil and Richa Tiwari. *Marketing Fundamentals: Reaching Your Target Audience*. Burlington: Arcler Education Inc, 2024.



[ProQuest Ebook Central](#)

Venture, Nathan D. *Intelligent Influence: AI-Enhanced Marketing Strategies for Global Success*. La Vergne: eBookIt.com, 2024.



[OverDrive eBooks](#)

Venture, Nathan D. *The Art of Persuasion:Marketing ANYTHING in the Digital Age*. La Vergne: eBookIt.com, 2024.



[OverDrive eBooks](#)

Yasuda, Takashi. *Marketing : Manga for Success*. Hoboken, NJ: Wiley, 2023.



[eBooks on EBSCOhost](#)

## 中國期刊全文數據庫 China Academic Journals Full-text Database (CJFD)

本數據庫提供自 1994 年至今中國內地出版的數千份全文期刊，涵蓋文學、歷史、哲學、政治、軍事、法律、教育與社會學、經濟與管理、基礎科學、工程技術、農業、醫藥衛生、電子與信息科學等範疇。

It offers access to thousands of full-text journals published in the Chinese Mainland dating back to 1994. The subjects covered include literature, history, philosophy, politics, military affairs, law, education and sociology, economics and management, basic sciences, engineering and technology, agriculture, medicine and hygiene, electronics and information science.

使用地點 Location:

1. 經互聯網使用 Remote Access
2. 香港中央圖書館及所有主要圖書館 Hong Kong Central Library and All Major Libraries

李瑤。〈網絡營銷渠道對傳統營銷渠道的影響分析〉。《產業與科技論壇》，2020 年第 5 期。

沈俏蔚、胡丹琪、解海天。〈生成式人工智能在營銷創新中的應用與研究展望〉。《中國科學基金》，2025 年第 5 期。

林鈺輝。〈營銷理論的歷史演進與發展趨向〉。《商業經濟研究》，2020 年第 16 期。

金煥民。〈過去的營銷，正在成為歷史〉。《銷售與市場(管理版)》，2020 年第 8 期。

施雨。〈人工智能背景下企業實現精準營銷的路徑探索〉。《現代商業》，2025 年第 12 期。

孫僥池、季小妹、賈永飛。〈新媒體環境下中小企業網絡營銷發展策略研究——以小熊電器為例〉。《北方經貿》，2025 年第 5 期。

秦曉。〈電子商務環境下的網絡營銷方法探究〉。《中國管理信息化》，2025 年第 20 期。

馬瑩瑩、杜威。〈電子商務時代網絡營銷與傳統直銷的整合研究〉。《全國流通經濟》，2022 年第 3 期。

高溢聰。〈網絡營銷對傳統市場營銷模式的影響與應對策略分析〉。《現代商業》，2024 年第 8 期。

張朝孝、王旭、楊小菊。〈對傳統營銷理論框架的反思〉。《中小企業管理與科技(上旬刊)》，2020 年第 7 期。

- 郭鑫。〈數字化營銷、人工智能應用與流通企業供應鏈整合〉。《商業經濟研究》，2025 年第 2 期。
- 陳君。〈網絡直播營銷對大學生消費群體購買決策的影響〉。《商場現代化》，2025 年第 14 期。
- 陳麗麗。〈電商直播與傳統營銷模式的特點及融合發展研究〉。《商訊》，2024 年第 4 期。
- 鄒玉鳳、盧向華、李鳳瑤。〈網紅直播電商能帶來忠誠消費者嗎?——來自某化妝品品牌消費者購買的證據〉。《外國經濟與管理》，2023 年第 5 期。
- 趙云澤、付宏宇。〈智能營銷的變革之路：技術創新、用戶體驗與倫理反思〉。《新媒體與社會》，2025 年。
- 趙艷。〈新媒介時代品牌助力市場營銷的進化策略〉。《商場現代化》，2024 年第 19 期。
- "齊衛江。〈網絡營銷背景下企業市場拓展策略分析〉。《現代營銷》，2025 年第 16 期。"
- 劉威。〈回顧:中國市場營銷史〉。《現代營銷(學苑版)》，2007 年第 27 期。
- 樓裴菲。〈新消費群體崛起對傳統營銷模式的挑戰與重構〉。《現代商業研究》，2025 年第 18 期。
- 盧致新。〈論傳銷在中國的發展——從市場營銷史上的革命談起〉。《暨南學報(哲學社會科學)》，1995 年第 4 期。
- 禰圓華。〈人工智能驅動的種業電子商務平臺精準營銷策略分析〉。《分子植物育種》，2025 年第 9 期。
- 鮑磊、江梓毓、奚凱悅。〈數字營銷的發展：從 1.0 時代到 4.0 時代的進化〉。《山東紡織經濟》，2022 年第 2 期。

慧科電子剪報 每天輯錄中國內地、香港、澳門、台灣等地多份報章、期刊及電子媒體的內容，供讀者在網上閱覽和搜尋資料。

WiseNews is an electronic database daily updated with articles of newspapers, periodicals and electronic media from such regions as the Chinese Mainland, Hong Kong, Macao and Taiwan for online reading and search of information by readers.

使用地點 Location:

1. 所有香港公共圖書館 (流動圖書館除外) All Libraries (excluding mobile libraries)

〈AI 數字人帶貨 引流量拓內地 自媒體須「跟得貼」 善用智能工具營銷〉。《信報財經新聞》，2025 年 10 月 17 日。頁 A09。

〈AI 賦能產業 生活創新天地〉。《文匯報》，2024 年 9 月 1 日。頁 A08。

〈分析消費者搜索行為 采 AI 提高推薦精準度〉。《南洋商報(馬來西亞)》，2025 年 9 月 17 日。頁 A03。

〈百年品牌李錦記 拓年青市場求變〉。《智富雜誌(電子版)》，2024 年 8 月 17 日。頁 A005-012。

〈庫克首登抖音直播帶貨 蘋果深耕中國市場新信號〉。《正報》，2025 年 10 月 15 日。頁 P03。

〈商界：資源整合+創新營銷 活化片區〉。《澳門日報》，2025 年 12 月 20 日。頁 A26。

〈港手袋品牌 憑新意吸 Lady Gaga 捧場〉。《香港經濟日報》，2024 年 5 月 27 日。頁 A10。

于文。〈老字號要有新搞作〉。《香港商報》，2025 年 5 月 9 日。頁 A02。

李瑋。〈"人工智能+"時代，是否萬物皆可加〉。《解放日報》，2025 年 12 月 20 日。頁 06。

許麗卿。〈派傳單賣房還有效嗎？〉。《聯合早報(新加坡) 財經》，2024 年 1 月 21 日。

陳宏傑。〈走向 2030 的需求行銷學 必先要研發「跨世代營銷」〉。《金星匯》，2025 年 8 月 5 日。頁 P012-013。

陳淑芝。〈數字經濟與長衫工藝的結合：傳統與創新的交融〉。《am730》，2024 年 2 月 6 日。頁 A09。

黃錦輝。〈IP 營銷策略〉。《明報》，2025 年 7 月 12 日。頁 C05。

蕭世和。〈以爆品引領市場〉。《am730》，2025 年 10 月 14 日。頁 A10。

簡冬娜。〈明星沒落〉。《明報》，2024 年 3 月 2 日。頁 C05。

顧傑。〈"蘿蔔坑式印證"的營銷該停了〉。《解放日報》，2025 年 12 月 16 日。頁 02。

## OmniFile Full Text Mega

OmniFile Full Text, Mega Edition 提供多元化的研習資源，當中收錄自 1994 年以來出版的逾 3100 份刊物的文章全文，以及早至 1982 年出版的近 5100 份刊物的內容摘要和索引。資料庫的主題涵蓋應用科學、藝術、教育、人文科學、法律、社會科學和科技等。

OmniFile Full Text, Mega Edition provides a wide range of research resources. It contains full text of articles from over 3,100 publications dating back to 1994. It also contains abstracts and indexing from nearly 5,100 publications as far back as 1982. The subjects covered include applied sciences, art, education, humanities, law, social sciences and technology, etc.

使用地點 Location:

1. 經互聯網使用 Remote Access
2. 所有香港公共圖書館 (流動圖書館除外) All Libraries (excluding mobile libraries)

Adamson, Brent. "Traditional B2B Sales and Marketing Are Becoming Obsolete." Harvard Business Review Digital Articles, February 1, 2022, 1–8.

Fulgoni, Gian M., Raymond Pettit, and Andrew Lipsman. "Measuring the Effectiveness of Branded Content across Television and Digital Platforms: How to Align with Traditional Marketing Metrics While Capturing What Makes Branded Content Unique." Journal of Advertising Research 57, no. 4 (December 2017): 362–67.

Grewal, Dhruv, Cinthia B. Satornino, Thomas H. Davenport, and Abhijit Guha. "How Should Gen AI Fit into Your Marketing Strategy?" Harvard Business Review Digital Articles, March 24, 2025, 1–12.

King, David Lee. "AI and the FUTURE OF MARKETING." Computers in Libraries 45, no. 9 (2025): 25–28.

Mallory, Tim, and Jeff Kleingartner. "Multi-Media Marketing with New and Traditional Media." PNLA Quarterly 76, no. 1 (2011): 74–81.

Meyerding, Stephan G.H., and Clara M. Mehlhose. "Can Neuromarketing Add Value to the Traditional Marketing Research? An Exemplary Experiment with Functional near-Infrared Spectroscopy (FNIRS)." Journal of Business Research 107 (February 2020): 172–85.

Zhang, Haili, and Michael Song. "How Big Data Analytics, AI, and Social Media Marketing Research Boost Market Orientation: Companies Can Use Big Data Analytics, Artificial Intelligence (AI), and Social Media Marketing Research to Increase Market Orientation." Research Technology Management 65, no. 2 (2022): 64–70.

## ProQuest Business Collection

此系列由七個最受歡迎的 ProQuest 商業及財經資料庫結合而成，除提供商業及經濟期刊、學術論文及工作文件的全文外，還包含商貿刊物、市場研究報告、分析報告及主要商業期刊。

It combines the seven most popular ProQuest business and financial databases, which contain journals, scholarly dissertations and working papers on business and economics in full text, as well as trade publications, market research reports, analyst reports, and leading business journals.

使用地點 Location:

1. 經互聯網使用 Remote Access
  2. 所有香港公共圖書館 (流動圖書館除外) All Libraries (excluding mobile libraries)
- 
- 

Afaqs. "How AI is Revolutionising Content Marketing with Speed and Insights." Afaqs! (Dec 31, 2024).

Bhayani, Sanjay and Nishant V. Vachhani. "Internet Marketing Vs Traditional Marketing: A Comparative Analysis." FIIB Business Review 3, no. 3 (July 2014): 53-63.

Deak, Balazs and Istvan Szabo. Marketing Digital Shift: How has Traditional Marketing Transformed into Digital Marketing and Why?. Piscataway: The Institute of Electrical and Electronics Engineers, Inc. (IEEE), 2025.

Mukhopadhyay, Shameek, Rohit Kumar Singh, and Tinu Jain. "Developing Artificial Intelligence Enabled Marketing 4.0 Framework: An Industry 4.0 Perspective." Qualitative Market Research 27, no. 5 (2024): 841-865.

Peltier, James W., Andrew J. Dahl, and John A. Schibrowsky. "Artificial Intelligence in Interactive Marketing: A Conceptual Framework and Research Agenda: An International Journal." Journal of Research in Interactive Marketing 18, no. 1 (2024): 54.

Siddiqui, Firdos Fatma. "Revolutionising Marketing with Generative AI Technology." BVIMSR's Journal of Management Research 17, no. 1 (April 2025): 19-30.

Sumitha, K. "A Comparative Analysis of Artificial Intelligence in Marketing and Traditional Marketing." International Journal of Business Analytics and Intelligence 10, no. 1 (2022): 16-21.



香港市務學會

Hong Kong Institute of Marketing

<https://hkim.org.hk/>

通訊事務管理局辦公室 - 電訊業界推行營銷電話行業規管計劃

The Office of the Communications Authority - Industry Regulatory Scheme for Marketing Calls in the Telecommunications Industry

[https://www.ofca.gov.hk/tc/consumer\\_focus/guide/others/telemarketing\\_calls/scHEME/index.html](https://www.ofca.gov.hk/tc/consumer_focus/guide/others/telemarketing_calls/scHEME/index.html)

George Mason University - "American advertising: A brief history"

<https://historymatters.gmu.edu/mse/ads/amadv.html>

Harvard Business Review - Marketing

<https://hbr.org/topic/subject/marketing>

Harvard University - AI Will Shape the Future of Marketing

<https://professional.dce.harvard.edu/blog/ai-will-shape-the-future-of-marketing/>

Invest Hong Kong - Marketing & Advertising

<https://www.investhk.gov.hk/media/0u4cokx3/ci-marketing-and-advertising.pdf>

Marketing Museum - The History of Marketing

<https://marketing.museum/marketing-history/>

Marketing Week

<https://www.marketingweek.com/>

本刊物由香港中央圖書館於 2026 年 1 月編印  
----- Printed by the Hong Kong Central Library in June 2021 -----

如有任何查詢，請與當值圖書館館長聯絡：  
For enquiries, please contact duty librarians:  
地址Address: 香港中央圖書館八至九樓參考圖書館  
Reference Library, 8/F & 9/F,  
Hong Kong Central Library  
電話Tel.: 2921 0222  
電郵Email: [hkcl\\_ref@lcsd.gov.hk](mailto:hkcl_ref@lcsd.gov.hk)  
網址Website: [www.hkpl.gov.hk/ask](http://www.hkpl.gov.hk/ask)



## 香港中央圖書館 · 參考圖書館

Hong Kong Central Library · Reference Library



康樂及文化事務署  
Leisure and Cultural  
Services Department

香港公共圖書館  
Hong Kong Public Libraries

