

世新大學 100 學年度碩士班招生考試試題卷

第 1 頁共計 1 頁

系所組別	考試科目
公共關係暨廣告學系	公共關係學及廣告學

※本考題 可使用 禁止使用 簡易型電子計算機

※考生請於答案卷內作答

一、公共關係與廣告在理論與實務構面，均存在著顯著差異。請分析兩者之主要差異為何，並說明如何整合公共關係與廣告以產生行銷傳播之綜效 (Synergy)。(25分)

二、企業形象 (Corporate Image) 是公共關係領域的重要課題，多年來已累積相當多的研究成果。請嘗試闡述何謂企業形象，並說明您對建立及強化企業形象的策略構想。(25分)

三、廣告旨在溝通廣告主及品牌訊息，以引導、催促消費行動，達成銷售目的。現請以“廣告閱聽人”角度，回答以下三問題：

(第一、二題項回答各佔 10 分，第三題項佔 5 分；合計 25 分)

- (一) 提出測量評估廣告效果的重要指標；
- (二) 提呈一成功/有效的廣告案例，闡述你/妳認為有效/成功的理由；
- (三) 提出相關理論以解釋廣告訊息與效果指標之間的因果關聯。

四、網路科技及豐富媒體造就了新媒體景觀(media landscape)，也改變了廣告在閱聽人媒體消費中(media consumption)的角色。現請回答下列三問題：

(第一、二題項回答各佔 10 分，第三題項佔 5 分；合計 25 分)

- (一) 描繪「新媒體」特質，並說明廣告在新媒體中的運用形式有哪些；
- (二) 以社交網聯網站(social networking sites)為例，說明廣告在社群媒體中的主要操作手法為何；
- (三) 試著闡述新媒體景觀下的廣告企劃與策略趨勢。