

考試科目	廣告原理	所別	廣告所 5121 5126	考試時間	3月16日 星期日	第 7 節
------	------	----	------------------	------	--------------	-------

所別：廣告所 科目：廣告原理

1. 在 web2.0 的時代，網路上新的推廣方式不斷出現。請問：
- (一) 有什麼新興的廣告方式或推廣方式，是因為 web2.0 的思維而變得可能？(4 分)
 - (二) 過去廣告與行銷相關研究領與對於廣告效果如何產生，發展出許多相關的理論，請問這些理論中，有哪一個理論是無法解釋 web2.0 思維/環境下廣告/推廣效果是如何產生的？並請說明該理論無法解釋的原因為何。(7 分)
 - (三) 延續 (二)，請問你所列舉的這個理論應該要如何修正才可以適切地解釋 web2.0 思維/環境下廣告/推廣效果是如何產生的？(7 分)
 - (四) 有哪些既有的理論，不需修正也可以幫助我們理解 web2.0 思維/環境下廣告/推廣效果是如何產生的？請說明為何如此。(7 分)

2. 近年來，廣告產業萎縮，企業主在推廣上的花費也有降低的狀況，同時傳統的廣告已經不再有過去的效果。在推廣預算有限與傳統廣告效果大大折扣的情況下，廣告公司在發展推廣計畫時，已經開始運用一些新興的推廣策略，以因應這樣的問題。

- (一) 請試舉一個可以解決上述問題的新興推廣策略；(5 分)
- (二) 請問可以用何種理論 (例如：消費行為或消費心理理論) 來解釋這個新興策略可以同時降低成本與提升效果的原因或機制；(10 分)
- (三) 請從廣告管理的角度，試擬一個符合實務操作的模式，來說明這個策略可以如何操作與應用。(10 分)

說明：以上第一大題與第二大題的答案請勿重複。

3. 廣告策略之主要內涵為何？請以系統之方法詳論之。(25 分)

4. 「媒體支出」占廣告活動之費用超過一半以上，因此，媒體是廣告成功很重要的因素之一。請問「媒體企劃」困難之處為何？「媒體企劃」之主要原則為何？請詳細說明之。(25 分)

備 考 試 題 隨 卷 繳 交

命 題 委 員：

(簽章) 97 年 3 月 5 日

命題紙使用說明：1. 試題將用原件印製，敬請使用黑色墨水正楷書寫或打字 (紅色不能製版請勿使用)。
2. 書寫時請勿超出格外，以免印製不清。
3. 試題由郵寄遞者請以掛號寄出，以免遺失而示慎重。