

中國文化大學 99 學年度轉學招生考試

系組：廣告學系二、三年級

日期節次：7 月 27 日 第 3 節 13:30-14:50

科目：廣告學概論 (126-33)

U-9-2

- 一、 網路媒體是近年來台灣唯一持續成長的廣告媒體，其中社群媒體口碑行銷 (Social Buzz Marketing) 的滲透力銳不可擋，儼然成爲行銷新利器。Facebook 創啓者 Mark Zuckerberg 甚至斷言未來的廣告生態會因此改變。試分析社群媒體的特性及其影響力。(佔分 30%)
- 二、 全球資訊與流通日益發達，跨國行銷活動亦趨頻繁，使得國際廣告備受重視。試說明標準化 (Standardized Advertising) 與地方化 (Localized Advertising) 兩種國際廣告策略，並比較其利弊。(佔分 30%)
- 三、 廣告發展與經濟榮枯息息相關，景氣低迷時，廣告主預算編列往往相對保守，甚至大幅刪減，廣告量亦呈衰退。試論市場不景氣時，縮減廣告預算是否爲明智之舉 (可以國內外研究或案例說明)。(佔分 20%)
- 四、 名詞翻譯與解釋 (佔分 20%)
 1. Involvement theory
 2. CPM (cost per thousand)
 3. Advertising slogan
 4. Copy writer