

中國文化大學 100 學年度轉學招生考試

系組：廣告學系 2 年級

日期節次：7 月 26 日 第 2 節 11:00-12:20

科目：廣告學概論 (131-86)

0-9-2

每題佔分 25%，請清晰、具體作答

一、廣告的層級效果模式由早期的「AIDA」模式，演變為「AIDMA」模式，進入網路時代後，傳播環境的變化，又有所謂「AISAS」模式（日本電通廣告公司研究主張），試解釋 AISAS 的理念及其對廣告作業產生的影響。

二、試說明近五年來台灣廣告量的消長情況，並分析其與經濟發展之關係。

三、不同的時代，中外廣告界各有許多簇簇耀眼的廣告大師或創意教父（David Ogilvy, James Young, Leo Burnett, 賴東明、孫大偉、等），為後輩帶來許多膾炙人口的作品或發人深省的思維。談談你的「廣告偶像」及她（或他）對你的啓迪。

四、名詞翻譯與解釋：

- 1、 Media Creative
- 2、 OOH media
- 3、 People Meter
- 4、 Story board
- 5、 Sales Promotion Advertising

第 1 頁共 1 頁