

世新大學 101 學年度三年級轉學生招生考試試題卷

第 1 頁共計 1 頁

系所組別	考試科目
公廣系三年級	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

壹、填充題，每格2.5分，每4格為一橫列在答案紙上作答，先標格號後再寫答案。共60分

- 廣告普遍被認為是一種行銷的傳播工具，依照美國AMA對廣告的定義，廣告必須有特定的(1)，以付費原則，藉著(2)傳播方式，而達到幫助銷售(3)、商品、(4)的活動。
- 以傳播看廣告，廣告主應是傳播要素中的(5)，而消費者則是要素中的(6)。
- 廣告媒體效果上常考慮R/F兩者，R中文是(7) 用來描述傳播的廣度，F中文是(8) 用來描述傳播的深度。一個新上市的产品比較重要的是前述兩者中的(9)。
- Rating是廣告媒體重要的名詞，它是指(10)，是(11)類媒體選擇上的判斷指標。
- AIDA的過程模式，其中I 指的是(12)，最後一個 A 則是指(13)。(本題用中文或英文作答皆可)
- 消費者生命週期，除了有LPS階段外，還有考慮較多的(14)階段和受刺激主導的(15)階段。
- 廣告媒體排期，有持續型、間歇型和(16)型；新產品上市，較可能使用前述的(17)型排期。
- 一般報紙媒體，橫式半版廣告的尺寸大小，稱為(18)，如為直式半版尺寸，可稱為(19)。
- 廣告對視聽眾產生的影響有三個不同層次，分別是(20)、feel、act三種。
- 產品生命週期中，獲利最高的應是(21)期，而(22)期的產品有可能會有虧損的現象。
- 傳統的四大廣告媒體指的是(23)、(24)、廣播、雜誌。

貳、解釋名詞，每題4分，共20分，答案請將英文题目的中文意義寫出來，並加簡單解釋，本大題需把題目抄到答案紙上再行作答，每題不局部給分

- USP
- CPRP
- Niche
- T.A.
- Product placement

參、綜合題 FCB GRID 共 20 分，以下 1、3 小題為一完整題目，不局部給分，本題的答案應全部寫在答案紙上，將答案寫在試題紙不予計分。

1.在答案紙上畫出如下一個 FCB Grid(富康貝方格)的架構，寫出其橫軸/縱軸及軸線兩端的因子 (4 分)並在方格中回答下列問題

2.在你畫出的方格中，填入方格內四個象限的消費者動機論 (每格 3 分，共 12 分)

3.在消費者動機下方，將下列四種產品代號分別填入你畫的方格的各象限中(a)洗髮精 (b)平板電視 (c)名牌首飾 (d)水果軟糖 (4 分)

(縱軸因子)

(橫軸因子)	(消費者動機) (產品代號)	(消費者動機) (產品代號)	(橫軸因子)
	(消費者動機) (產品代號)	(消費者動機) (產品代號)	

(縱軸因子)