

世新大學九十四學年度碩士班招生考試試題卷

第 1 頁共計 1 頁

學系別	考試科目
公廣系	廣告學

※考生請於答案卷內作答

- 一、(共計 30 分)傳播學者視廣告為傳播對象，行銷學者視廣告為行銷傳播要素之一。請依序回應下列之問題：
- (1) 定義廣告傳播(計 5 分)，
 - (2) 並闡述其本質與要素(計 10 分)，
 - (3) 最後論述廣告與其他行銷傳播要素的關係性(計 15 分)。
- 二、(共計 30 分)廣告之效應廣為社會大眾所討論，廣告主與廣告實務界人士希望藉由廣告的操作，以達銷售之目的；社會關懷人士與學者則關懷廣告傳播對社會公眾、消費文化與價值之影響。請依序回應下列之問題，並舉例說明之：
- (1) 廣告訊息如何影響你/妳對廣告品質、政治候選人的接收與理解？(計 10 分)
 - (2) 廣告傳播如何影響社會公眾行為及生活型態？(計 10 分)
 - (3) 做為一媒體使用者，應具有之廣告素養為何？(計 10 分)
- 三、(共計 40 分)請分別定義以下四類廣告訴求，並闡述其效應程(effectiveness)與產生效應之機制(mechanism)。(四子題回答各計 10 分)
- (1) 情緒廣告(Emotional advertising)
 - (2) 幽默廣告(Humorous advertising)
 - (3) 名人訴求廣告(Celebrity advertising)
 - (4) 儀式性廣告(Ritual advertising)