國立臺北商業大學附設空中進修學院 115 學年度第一學期**期中考參考答案**

考試科目： **二專 314 廣告學**　　考試日期： **115 年 11 月 8 日**　節次： **3**

問答題

一、當公司尋求增加品牌名稱或商品的知名度，廣告就是必經之路。對於目標市場，廣告試圖達到六個目的為何？（20%）

參考答案： 教材第 60–61 頁
廣告的六大目的

1.意識
廣告可以提高知名度，其最廣泛被接受的目的之一，是提高對品牌或商品的認知度，或向公眾傳達有關商品可用性的訊息。尤其當新商品進入市場時，必須先讓消費者認識商品，才能建立對品牌的有利態度。

2.提醒使用
提醒買家使用該商品，必須採取適當的廣告政策來刺激主要需求。除了提醒消費者使用商品外，也要提醒購買者商品仍有庫存。

3.改變品牌信念
透過廣告影響消費者對品牌的認知與評價，改變其原有信念，提升品牌的相對競爭力。

4.銷售商品
製造商透過廣告向消費者介紹商品，並向尚未購買的消費者傳遞商品資訊，提升商品銷售量，同時鼓勵消費者持續購買。

5. 產生直銷
廣告可作為促進直銷的工具，透過傳遞資訊與商品形象，讓消費者直接向企業下訂單，或透過網路等管道購買商品。

6.公司形象
廣告除了促進商品銷售，也能建立與強化企業形象。透過廣告塑造公司的品牌識別與正面印象，提高大眾對公司的認識。

二、請描繪品牌故事的五大要點，在設計品牌故事時的檢視準則為何？（20%）

答：
1. 誰的故事（who?）
2. 說什麼內容（says what?）
3. 瞄準誰（to whom?）
4. 何種方式傳播（in which channel?）
5. 品牌故事效果為何（with what effect?）

三、廣告是由可明示的廣告主付費，以非個人親身的方式，對其商品、服務或觀念所做的傳播與推廣，以期達到銷售目的。羅列了以下哪七項特性？（20%）

答案：
1. 廣告須明示廣告主。
2. 透過大眾傳播媒體。
3. 廣告是付費的。
4. 廣告是非個人親身接觸的。
5. 廣告是以商品、服務或觀念為內容。
6. 廣告有特定目標。
7. 廣告具有說服性

四、廣告產業有四大要角，互相分工與相互支援，就能產生出一支令人欣賞的廣告，所以是哪四大要角？（20%）
答案：
1. 廣告主。
2. 廣告公司（廣告代理商）。
3. 廣告媒體。
4. 供應商。

五、廣告代理商的主要功能包括哪六項？（20%）
答案：
1. 業務管理。
2. 客戶服務。
3. 創意服務。
4. 媒體服務。
5. 行銷研究與策略建議。
6. 整合行銷傳播策略建議。