115 上《廣告學原理》期中考前重點複習

第一章 行銷與廣告

行銷 VS. 廣告、行銷溝通 VS. 廣告

第二章 廣告基本概念

廣告的定義、廣告分類

第三章 市場調查

市場調查 VS. 廣告調查、市場調查流程、初級資料的蒐集

第四章 瞭解產品與環境

產品分類與 PLC、產品利益點分析-競爭優勢、環境分析

第五章 消費者分析

消費者行為定義與影響因素、消費者購買決策過程、如何影響消費者行為-廣告疲乏

第六章 廣告活動與策略發展

廣告活動計畫 VS. 廣告策略-廣告策略、擬定廣告活動計畫

第七章 廣告創意策略

有效的廣告、創意廣告-創意執行、形成創意概念