

研究生	論文中中文篇名	指導教授	學校
林怡君	幽默廣告類型對廣告效果之影響－以恐懼訴求與訊息正反性為干擾變項 幽默廣告類型對廣告效果之影響－以恐懼訴求與訊息正反性為干擾變項	林耀南	輔仁大學心理學系
楊朝明	隱喻式平面廣告之視覺圖像與標題對廣告效果的影響－探討消費者之廣告態度、品牌態度、廣告記憶與購買意願	林品章	國立臺灣科技大學設計研究所
陳柏佑	幽默廣告類型與比較式廣告對廣告效果之影響－以廣告訴求為干擾變項	林耀南	輔仁大學管理學院經營管理碩士學程
劉景璇	廣告記憶與廣告素養對網路廣告效果之研究	陳驊	立德大學資訊傳播研究所
陳志豪	廣告主對網路廣告使用滿意之研究－目標族群式廣告為例	莊克仁	銘傳大學傳播管理研究所碩士在職專班
王恆超	從消費者涉入的類型來比較企業廣告與產品廣告之間的廣告回應路徑	廖本哲	中原大學企業管理研究所
李雯婷	幽默廣告對廣告態度之影響－以廣告訴求與產品涉入為干擾變項	林耀南	輔仁大學管理學院經營管理碩士學程
許名志	明星代言人說服力與廣告訴求對廣告溝通效果影響之研究－以廣告涉入為干擾變數	楊台寧	中國文化大學國際企業管理研究所
張欽惠	時尚廣告表現類型搭配產品類型對廣告效果影響之研究－以認知需求為干擾效果	廖國鋒	輔仁大學織品服裝學系
張升鴻	DyDo 咖啡平面廣告版面編排對廣告效果影響研究	郭秀莉	銘傳大學傳播管理研究所碩士班
李基銘	廣告效果之研究－以個人與群體知覺廣告創意性探討之	江季芸	銘傳大學管理研究所
任昱儒	廣告意象研究－以時報廣告金像獎平面類公共服務項為例	林芳穗	雲林科技大學視覺傳達設計系碩士班
徐靖雯	廣告代言人及品牌喜好度對廣告效果影響之研究	陳振燧	雲林科技大學企業管理系碩士班

黃蕙如	代言人外表吸引力與類型對代言人可信度及廣告效果之影響—以公益廣告為例	蔡佳靜	雲林科技大學企業管理系碩士班
王佳慧	代言人的特性對於公益廣告效果影響之研究—以 HPV 疫苗廣告為例	吳毓麒	國立高雄大學經營管理研究所
陳芃君	網路廣告表現形式的廣告效果之研究，以社交網路服務為例	黃文宗	中原大學商業設計研究所
陳芳萍	產品涉入程度對廣告懷疑論與廣告效果之研究	呂俊德	國立中央大學企業管理研究所
李佳蓉	行動廣告接受度對廣告效果影響之研究	郭倉義	國立中山大學企業管理學系研究所
羅浣云	簡訊廣告標題與內容訴求之廣告效果研究	吳文貴	朝陽科技大學企業管理系碩士班
魏政賢	行動與傳統廣告之效果差異研究—以 MMS 與 DM 廣告為主	林孟彥	國立臺灣科技大學企業管理系
王盈文	台灣消費者對於性訴求廣告的廣告效果研究—以受測者性別與涉入程度為干擾變項	蔡耀全	國立成功大學企業管理學系碩博士班
朱健祥	以體驗之觀點探討廣告要素對體驗價值影響之研究—以反菸廣告為例	高義芳 劉上嘉	輔仁大學管理學研究所
羅原廷	客家廣告中的俗民生活再現與操作—以客家文化節慶廣告為例	李威霆 盧嵐蘭	國立聯合大學客家語言與傳播研究所
歐姿好	廣告訴求與消費者人格特質對廣告效果之影響—以女性美白產品為例	樓榕嬌	國防大學政治作戰學院新聞碩士班
張清雅	從金手指網路廣告獎探討台灣網路廣告設計之演變	楊清田	國立臺灣藝術大學視覺傳達設計學系
曾莉珍	知覺價值對接收行動廣告意圖之效應—以台灣與印尼為例	吳廣文	逢甲大學國際貿易所
傅英芬	基金廣告與基金流量	康信鴻	國立成功大學企業管理學系碩博士班
黃靖桂	廣告應用於國小語文教學之研究	魏聰祺	國立臺中教育大學語文教育學系碩博士班
謝慧玲	虛榮特性、物質主義對購買意願影響之研究以廣告涉入為干擾效果之探討（國際精	蕭錦芬	立德大學國際企業管理研究所

	品 Gucci 消費為例)		
陳緯	自動偵測影片內廣告候選區域之研究	葉正聖 賈叢林	銘傳大學資訊傳播工程學系碩士班
陳惟清	在 Android 開放式手機上以行動定位服務支援車輛廣告自動播出系統的設計與實作	辛華昀 王家輝	銘傳大學資訊工程學系碩士班
張熙哲	台灣夜市環境中的消費者與商家對行動廣告服務接受度之研究	鄭毅萍	銘傳大學資訊管理學系碩士在職專班
王禮筠	應用模糊多評準決策於台灣廣告代理商中高階主管評選之研究	郭秀莉 陳耀竹	銘傳大學傳播管理研究所碩士在職專班
鄭可欣	利用年齡與性別特徵分析廣告對象與關注程度之研究	李遠坤 賈叢林	銘傳大學資訊工程學系碩士班
鄧喬宇	隱喻廣告類型與消費者心像處理模式對說服效果之影響	周宇貞	銘傳大學管理研究所
何佳儒	態度中介模式對購買意願效果之比較：以廣告文化定位與說服路徑為調節	陳綉里	銘傳大學國際企業學系碩士班
吳奇玲	贊助事件與贊助商一致性以及代言人與贊助事件相關性對廣告效果之影響	蔡佳靜	雲林科技大學商管專業學院
鄭雅文	促銷方式和廣告訴求對品牌評價的影響—以情境為干擾變數	林陽助	東吳大學企業管理學系
陳美芳	論食品標示與廣告不實之法律責任	林誠二	東吳大學法律學系
陳煜岷	研究發展支出成長率與廣告支出成長率對企業營收影響之探討	馬嘉應	東吳大學會計學系
李啓維	科技產品創新經營模式之發展與管理—以零售店面之數位面板廣告服務為例	謝效昭	東吳大學國際經營與貿易學系
魏寶蓮	運用 DEMATEL 技術改善 SEM—以網路廣告效果為例	黃仁宏 曾國雄	國立交通大學管理科學系
許雅玲	社會媒體網絡上廣告擴散機制	李永銘	國立交通大學資訊管理研究所
楊國鼎	以科技接受模式探討即時定位廣告服務系統之研究	吳建興	國立高雄大學高階經營管理碩士在職專班(EMBA)
林淑美	影響廣告效果關鍵因素之探究——以臍帶血銀行為例	黃深勳 李正文	龍華科技大學商學與管理研究所
楊力旗	行動廣告推廣策略之探討	施翠倚 李維鈞	龍華科技大學商學與管理研究所
謝皓宇	電視新聞置入性行銷廣告手法之研究—以餐飲業置入為例	黃文宗	中原大學商業設計研究所

李爵帆	廣告策略對於消費者購買意願之影響	陳宜棻	中原大學國際貿易研究所
周立人	愛情廣告中的童話公主消費	葉金燦 林瓊菱	中原大學企業管理研究所
王信傑	使用資料挖掘探討數位廣告之效益	楊東麟	逢甲大學資訊工程所
楊浩偉	一個商家用之適地性行動廣告發佈系統	竇其仁	逢甲大學 資訊電機工程碩士在職專班
莊家偉	一個適地性之夜市行動廣告與導覽系統	竇其仁	逢甲大學資訊工程所
黃郁嘉	虛擬代言人廣告與企業品牌形象之關連性研究－以上海商業儲蓄銀行的虛擬代言人 pukii 為例	陳一香	世新大學公共關係暨廣告學研究所(含碩專班)
劉琬琳	訊息陳述方式與閱聽人規範導向適配性對廣告說服效果之影響	邱亞康	世新大學傳播管理學研究所(含碩專班)
柯彥均	以價值創造觀點及使用與滿足理論探討行動廣告模式之研究	林宏遠	世新大學資訊管理學研究所(含碩專班)
周玫萩	新媒體廣告業務平台競爭策略之研究－以中華電信公司為例	張宏源	世新大學傳播管理學研究所(含碩專班)
林銘作	廣告行為法律規範之研究	李憲佐	世新大學法律學研究所(含碩專班)
吳國安	台灣電視廣告歌曲的演變:1967~2009	鄭自隆	世新大學公共關係暨廣告學研究所(含碩專班)
沈忠翰	使用者產生內容：展新的比較式廣告手法	謝依靜	國立中央大學資訊管理研究所
賴惠國	網路使用者對於多媒體廣告格式的認知與態度	李小梅	國立中央大學資訊管理研究所
劉誠剛	供應鏈中一製造商及兩競爭零售商之廣告策略	曾富祥	國立中央大學工業管理研究所
范登凱	網路個人化廣告配置之研究	張嘉惠	國立中央大學資訊工程研究所
鄭兆策	數位廣告看板系統介面設計及使用性評估	蘇國璋	國立高雄第一科技大學企業電子化研究所
張閱杰	賽局理論於產品廣告與價格決策之探討	陳宗輝	國立屏東商業技術學院行銷與流通管理系(所)
何政浩	信任、主觀規範、涉入程度與知覺價值之研究－以電視關鍵字搜尋廣告為例	郭冠樟	國立屏東商業技術學院行銷與流通管理系(所)
嚴靖婷	產品類型與消費者認知需求對隱喻廣告的影響	張純端	國立中山大學企業管理學系研究所
莊怡娟	置入方式與廣告位置對於雜誌置入效果	張純端	國立中山大學企業管理學

	之影響		系研究所
楊佳晏	產品與善因·誰是善因行銷下真正的主角? 捐款幅度與消費者情感對於善因行銷廣告之影響	張純端	國立中山大學企業管理學系研究所
黃建維	以產品涉入與廣告效果探討對購買意願之影響	蔡憲唐	國立中山大學企業管理學系研究所
葉崇裕	奇菱科技廣告聯播系統—數位看板創新商業模式研究	林芬慧	國立中山大學高階經營碩士班
陳鳳釗	廣告、研究發展與股東價值關聯性之研究：階層線性模型之應用	陳妙玲	國立中山大學財務管理學系研究所
蘇俊豪	電視奶粉廣告的親職再現分析	陳志賢 蕭蘋	國立中山大學傳播管理研究所
許芝瑄	解構西化迷思：後殖民論述下的房地產網頁廣告	郭峰淵	國立中山大學傳播管理研究所
張鈞植	虛擬代言人特性對廣告溝通效果及購買意願之影響	黃文星	朝陽科技大學企業管理系碩士班
李柏叡	消費者民族意識與語言態度對廣告溝通效果影響之研究	黃文星	朝陽科技大學企業管理系碩士班
劉怡寧	商品廣告情感設計之情緒認知	王韋堯	國立臺灣科技大學設計研究所
魏培筠	櫥窗陳設對廣告效果與消費意願之影響—以服飾業為例	李俊格	輔仁大學織品服裝學系
吳松柏	藉由 Yahoo 知識+的隱含需求提出事件驅動情緒性需求的部落格廣告方式	盧文祥	國立成功大學資訊工程學系碩博士班
林文冠	觀看與展示—《臺灣日日新報》廣告欄中的女性圖像	李育霖	國立成功大學台灣文學系碩博士班
謝亦筑	網站背景效果與音樂一致性對網路廣告態度之研究	張心馨	國立成功大學企業管理學系碩博士班
張慧利	明代商品廣告行銷研究	鄭永常	國立成功大學歷史學系碩博士班
林瑤娟	企業壽命及框架對財務產品廣告的影響—調適焦點的中和效果	吳萬益	國立成功大學國際管理碩士在職專班
朱濬璋	不實廣告判斷準則之研究—以公平交易法為中心	郭麗珍	國立成功大學法律學研究所
翁紹文	資訊呈現方式對廣告溝通效果的影響—以盜磚網站為例	胡天鐘	國立聯合大學管理碩士學位學程
許晉豪	中國古代出版廣告內涵研究	吳哲夫	淡江大學漢語文化暨文獻資源研究所碩士班

陳美智	部落格廣告平台商業模式之研究－以 BloggerAds 公司為例	陳武倚	中國文化大學資訊管理學系
蘇敏華	非營利事業基督教教會名人代言人類型對訊息來源可信度與廣告效果之影響－偶像崇拜為干擾變數	鄭紹成	中國文化大學國際貿易學系碩士班
曲薇拉	臺灣與俄羅斯消費者對性訴求廣告的反應－跨國文化研究	鄭紹成	中國文化大學國際貿易學系碩士班
簡子萍	代言人類型及折扣型態對於消費者廣告效果之影響－以線上遊戲產品為例	鄭紹成	中國文化大學國際貿易學系碩士班
陳月華	應用 3D 顯示技術提升商品資訊豐富度對網路廣告效果之影響研究	魏裕昌 孫慶文	中國文化大學資訊傳播學系
魏久峰	名人代言多重品牌對廣告效果影響之研究：以訊息來源可信度與使用預期作為分析架構	卓峰志	輔仁大學大眾傳播學研究所
謝友芳	不同國家文化特質之消費者，對善因行銷廣告策略與購買意願關係之差異分析	倪家珍	大葉大學管理學院碩士在職專班
孫良慧	電視關鍵字廣告對消費者上網搜尋與點擊行為效果之探索研究	江義平	國立台北大學資訊管理研究所
高韻甯	雙語廣告、知覺價值對企業績效之影響－以信用卡為例	唐啓發	大葉大學企業管理學系碩士班
賴可欣	社會行動取向之媒體素養教學方案發展研究：以「破解電視商業廣告」為例	田耐青	國立臺北教育大學課程與教學研究所
闕維論	線上關鍵字廣告之點擊詐欺研究	陳武倚	中國文化大學資訊管理學系
陳姿蓉	廣告代言人對臺灣、馬來西亞消費者認知風險與認知失調影響之差異比較	謝安田	中國文化大學國際企業管理研究所
林怡均	台灣家具平面廣告之符號消費研究	孫秀蕙	國立政治大學廣告研究所
陳燕蓉	日治時期廣告中的女性圖像分析－以《臺灣日日新報》為分析場域	孫秀蕙	國立政治大學廣告研究所
歐怡秀	服飾網頁廣告背景影響購買意願之促發效應研究	孫慶文 魏裕昌	中國文化大學資訊傳播研究所
蔡志鴻	臺北市國小教師的網路使用行為、網路廣告態度對消費者行為之影響－以資訊相關產品為例	徐淑敏	臺北市立教育大學社會科教育學系碩士班
魏幸玉	修辭的力量：文字修辭和視覺修辭廣告效果研究	戚栩僊	世新大學公共關係暨廣告學研究所(含碩專班)
李昇仰	廣告主對關鍵字廣告科技接受度之研究	顏永森	靜宜大學資訊管理學系研究所

王芝嫻	廣告代言人與廣告訴求對廣告效果之研究—以運動健身俱樂部為例	陳成業	國立中正大學運動與休閒教育所
謝欣蓓	個人化多媒體行動廣告之設計與應用	陳芃婷	義守大學管理學院碩士班
徐玉榮	不同性別運動員代言人對消費者可信度、廣告效果及購買意圖影響之研究	陳成業	國立中正大學運動與休閒教育所
王莉雯	廣告標語、廣告效果及購買意願對企業績效之影響	陳筠昀	義守大學資訊管理學系碩士班
黃琦雅	女性消費者對男性代言女性私密消費品廣告之觀感：探索性研究	曾光華	國立中正大學行銷管理研究所
許美慧	行動電話電子地圖服務中的廣告動態效果研究	陳立杰	大同大學工業設計學系(所)
陳俐彤	廣告代言人類型與顧客忠誠計劃對廣告效果之影響—以中華航空公司平面廣告為例	黃哲盛 李文義	長庚大學管理學院碩士學位學程在職專班經營管理組
柯慧琳	以電視廣告媒體探討服務品牌權益與廣告溝通效果之影響—以消費者生活型態為干擾變項	王怡強	南台科技大學行銷與流通管理系
黃宥蓁	廣告訴求與專家知識對於廣告溝通效果的影響：利用眼球追蹤方法	唐楚君	南台科技大學行銷與流通管理系
蘇郁惠	插播式網路廣告呈現方式對廣告效果的影響	莊勝雄	南台科技大學行銷與流通管理系
詹育熹	探討網路廣告代言人可信度對廣告說服效果之關係	廖森貴	國立台北科技大學商業自動化與管理研究所
洪偵哲	消費者廣告涉入與媒體關鍵字廣告行銷相關性之研究—以服飾業為例	蘇文斌	亞洲大學國際企業學系碩士班
李奇翰	FCB 的廣告規劃策略在休閒產業的應用：產品類別與廣告呈現方式對品牌經驗的交互效果	張曼玲	亞洲大學休閒與遊憩管理學系碩士班
周梅菁	廣告訴求及訊息框架對廣告效果影響—以環保習慣為干擾變項	曾義明	淡江大學國際貿易學系國際企業學碩士班
程佩玉	臺灣商品廣告價值的生成路徑:以汽車和冷氣廣告為例	魏捷茲 許 ğ 02;文	國立清華大學人類學研究所
陳聰明	內容感知方式網頁廣告對廣告效果的影響	王怡舜	國立彰化師範大學資訊管理學系所
黃馨嬋	動畫廣告的視覺呈現對於廣告價值與娛樂性之探討	游耿能	臺中技術學院多媒體設計系碩士班

吳淑玉	平面廣告類型分析—以第 20~30 屆時報廣告金像獎平面類作品為例	連德仁	臺中技術學院商業設計系碩士班
朱翊綾	名人代言對消費者購買意願影響之研究:廣告效果與廣告訴求之中介效果	王昭雄	樹德科技大學經營管理研究所
洪名詠	在不同涉入程度與媒體共用行為下網路廣告的類型對於瀏覽者廣告效果的影響	翁明祥	輔仁大學管理學研究所
方怡蓉	不同餐廳類型產品置入對廣告層次效果之影響—以廣告相關性為干擾變數	鄭駿豪	高雄餐旅學院餐旅管理研究所
高珮雯	行動廣告多媒體呈現方式對廣告效果的影響研究	王小惠	元智大學資訊傳播學系
許筑婷	環保標章與廣告訴求對廣告效果之影響:以環保信念為干擾變數	方文昌	國立台北大學企業管理學系
謝宗凱	廣告訴求類型對廣告效果之影響—消費者生活型態之干擾效果	翁明祥	輔仁大學管理學研究所
李錦玫	網路商店促銷廣告對消費者購買意願影響之研究—以嬰童用品為例	楊美雪	國立臺灣師範大學圖文傳播學系在職進修碩士班
徐翊鈞	電視頻道品牌形象廣告之創意探討	梁桂嘉	國立臺灣師範大學設計研究所
吳頌昱	ANNA SUI 香水平面廣告符號與品牌形象對購買意願之影響	沈由言	崑山科技大學視覺傳達設計研究所
王詠綺	代言人影像運用對品牌形象認同之研究—以香奈兒女性香水廣告影片為例	張金玉	崑山科技大學視覺傳達設計研究所
周心遊	由不一致理論的相關程度探討平面廣告	陳郁佳	國立臺灣藝術大學視覺傳達設計學系
鄭婉如	家具品牌形象與廣告效果對購買行為之因素分析	謝國台	中華大學應用數學學系(所)
楊詠淇	醫藥廣告民事法律責任之研究	陳汝吟 博士	玄奘大學法律學系碩士在職專班
李朝煌	台灣地區有線電視系統台插播廣告個案研究	陳偉之	玄奘大學資訊傳播研究所
賴姿穎	聯結強度、產品置入位置與品牌知名度對廣告聯結效果之影響	留淑芳	國立高雄應用科技大學國際企業系
蔡聖源	金融機構廣告招牌照明節能對策之研究	楊詩弘	國立台北科技大學建築與都市設計研究所
陳有成	以標誌為基礎之即時電視廣告偵測技術	楊士萱	國立台北科技大學資訊工程系研究所
蕭文喬	結合自我指涉與促發效果之網路消費者經驗組合對廣告效果影響—以產品知識	耿慶瑞	國立台北科技大學商業自動化與管理研究所

	與購物情境為干擾變數		
劉佳蓓	網路消費者經驗組合廣告效果之研究：以認知需求、刺激尋求為干擾變數	耿慶瑞	國立台北科技大學商業自動化與管理研究所
林嫻梓	運用賽局理論探討供應鏈中產品價格及廣告費用分攤問題之研究	王明展	國立台北科技大學工業工程與管理研究所
楊學用	虛擬經驗順序之廣告效果－以促發效果及自我指涉為干擾變數	耿慶瑞	國立台北科技大學商業自動化與管理研究所
魏暖真	英語廣告策略傾向	洪媽益	國立台北科技大學應用英文研究所
柯建華	虛擬代言人可信度對廣告效果之影響－以契合度與企業可信度為干擾變數	廖森貴	國立台北科技大學商業自動化與管理研究所
游以仁	免費無線上網結合網路廣告服務之創新應用研究－以網路通訊產業公司為例	王日昌	長庚大學資訊管理學系
李宜錡	廣告代言人價值衡量	任立中	臺灣大學國際企業學研究所
李志仁	「探討悠遊卡資料擴充對捷運廣告客戶行銷效益影響」之研究	黃崇興	臺灣大學資訊管理組
徐哲毅	節慶促銷廣告與消費者行為交叉分析研究	游張松	臺灣大學商學研究所
王秋鎮	創新行動廣告之商業模式建立與市場接受度實證研究	劉順仁	臺灣大學會計與管理決策組
劉郁柔	消費者對於來電答鈴廣告之態度與採任意願之研究	黃恆獎	臺灣大學國際企業學研究所
陳怡伶	敘事廣告效果之研究	練乃華	臺灣大學商學研究所
林勃宏	Google 廣告商業模式的競爭策略分析	江炯聰	臺灣大學企業管理碩士專班
周軒逸	口袋中的最佳銷售員：簡訊前導廣告之效果	練乃華	臺灣大學商學研究所
沈威良	利用點對點傳輸技術建置互動式廣告看板系統	周承復	臺灣大學資訊網路與多媒體研究所
林佳慧	調節焦點對於雙向比較廣告效果之影響	張重昭	臺灣大學商學研究所
陳櫻鐙	健康資訊網站醫療廣告與熱門議題監測系統之開發	張博論	國立陽明大學生物醫學資訊研究所
許家禎	台灣甲組女性游泳選手的身體觀－從三則 NIKE 電視廣告出發	黃東治	國立體育大學體育研究所
彭順達	廣告代言人對購買意願影響之研究－以機車產業為例	朱松偉	清雲科技大學國際企業管理研究所
卓憶如	Webcam 人臉偵測技術應用於互動式廣告	徐豐明	臺中技術學院多媒體設計

	之研究		系碩士班
賴妍婷	性訴求廣告圖像運用之研究	蔡綺	臺中技術學院商業設計系碩士班
蔡佳晏	網路廣告與虛擬社群使用者的分群機制之探討	游耿能	臺中技術學院多媒體設計系碩士班
李律衛	國軍人才招聘服務品質、廣告策略及顧客滿意度關係之研究－以高屏地區為例	林信忠	樹德科技大學經營管理研究所
蕭靜鈺	人力銀行網站企業徵才廣告雇主品牌形象操作之內容分析	譚大純	高雄師範大學人力與知識管理研究所
侯明和	違規廣告物處理之研究－以台北縣為例	孫本初	中國文化大學政治學研究所
李蕙安	女性意象與女性消費研究－以 PayEasy 電視廣告及購物網站為例	吳怡國	淡江大學大眾傳播學系碩士班
趙小青	探討幽默式廣告對品牌溝通效果之影響	李月華	淡江大學企業管理學系碩士在職專班
江振銘	隱喻廣告之趨勢及其對消費者態度之影響	王居卿	淡江大學企業管理學系碩士在職專班
洪瑋聰	觸控裝置運用於遊戲式廣告之研究	范丙林	國立臺北教育大學數位科技設計學系(含玩具與遊戲設計碩士班)
黃琦舒	(1910－1950)中國月份牌廣告畫風格應用於化妝品品牌平面設計之研究－以廣生行「雙妹嚶」為例	康台生	輔仁大學應用美術學系碩士班
蘇怡蓁	擬真動畫人物的網路廣告說服效果：外表吸引力的影響	汪志堅	國立台北大學資訊管理研究所
顧庭芳	部落客撰寫廣告文之情境倫理研究	陳順孝	輔仁大學大眾傳播學研究所
曾千慈	微網誌廣告效果影響因素之探討	姜琇森	大葉大學資訊管理學系碩士班
陳仕承	以社會比較觀點探討電視廣告對女大學生身體意象的影響	連淑錦	國立臺灣藝術大學廣播電視學系
李瑞萍	A Study of Story－Form Advertising	丘宏昌	國立清華大學科技管理研究所