

刊物名稱：《廣告學研究》

地址：台北市文山區指南路二段64號

出版者：國立政治大學廣告學系

電話：02-29387176

期別:第33期(2010年1月出版)

作者	題目
蘇蘅 / 陳憶寧	公共衛生危機中政府與媒體如何共舞：檢視產生不實新聞的影響因素
郭貞	海峽兩岸都會區戶外廣告中價值觀與廣告訴求之比較研究
黎佩芬 / 吳家慶	廣告主對搜尋引擎最佳化取向之研究
李祥銘	以品牌權益的觀點探討負面攻擊廣告對候選人之影響
林恩盈	真實的虛假與虛假的真實
黃毓超	評介《作典範研究》

期別：第34期（2010年7月出版）

作者	題目
賴建都、黎佩芬	戶外廣告設立位置差異及影響可見度之研究
孫秀蕙、陳儀芬	被框架的女性意象：上海月份牌廣告畫的圖像符號分析
鄭咏成、李雅靖	運動網站品牌與贊助品牌一致性研究
汪睿祥、姚惠忠	公關策略：定義與範疇
劉蕙苓	開啓本地傳播個案教學的契機
黃振家	文化創意行銷實務 123：解讀《文化創意產業的行銷與管理》一書

刊物名稱:《中國廣告學刊》

地址：台北市士林區陽明山華岡路 55 號

出版者：中國文化大學廣告系

電話：(02)2861-0511 分機 37305

期別：第 15 期（2010 年 3 月出版）

作者	題目
奧美整合行銷集團大中華區 宋秩銘董事長	打造大中華廣告亮點的前瞻領袖
潘家鑫，高雅勤	飲食相關態度改變的睡眠者效果
陳燕玲	作戲\空，看戲\憨--以再購意圖 理論探討歌仔戲迷的成因
鍾函芸，李雅靖	影響 3G 影音服務顧客滿意度因素之研究
我是大衛廣告公司鄧臺賢董事長	寧鳴而生，投身廣告勁情發聲
博上廣告團隊許益謙董事長	以白色彰顯客戶繽紛價值的創業家夥伴

刊物名稱：《動腦》

出版者：動腦傳播股份有限公司

地址：台北市中山區南京東路二段 100 號 12 樓

電話：(02)2713-2644

期刊號	主題	主要內容
405 期 2010-01	欲望跳出來	<p>【行銷風向球】 即時行銷 直播有效？ 數位主播 搶盡鋒頭 個人雜誌 明日趨勢？ 分眾行銷 各獻奇招</p> <p>【流行快報】 2009 不敗創意 經典大蒐奇 傳播活動堆得出品牌價值？ 宅經濟發燒：中華網龍創意行銷</p> <p>【行銷趨勢】 拼低價 更拼創意？</p> <p>【cover story】 欲望跳出來</p> <p>【日本精髓】 市場風雲探未來 【歐美經典】 數位行銷走錯路 【拓荒先鋒】 愛之味熱銷心法 【洞燭先機】 2010 行銷傳播 4 趨勢 【創新媒體】 新行銷平台誰最優</p> <p>2009 台灣雜誌熱門封面故事 行銷傳播眾星雲集</p>

		<p>行銷傳播貢獻獎落誰家</p> <p>【創意藍海】</p> <p>[一則廣告大家看] 突破框架的異業結盟</p> <p>[一則廣告大家看] 永慶數位觸角突破舊思維</p> <p>[一則廣告大家看] 從顧客價值看永慶廣告</p> <p>[一則廣告大家看] 消費者買的不只是房子</p> <p>[2009 年龍璽獎] 龍璽全場大獎：對未來的影響力</p> <p>[創意櫥窗]廣告驚豔創意酷炫（四之四：火辣系）</p> <p>[創意人欣賞的廣告] Catrun ! MV 魅惑感官</p>
<p>406 期 2010-02</p>	<p>媽媽買給你</p>	<p>【全球話題掃描】</p> <p>口碑行銷 商機絕招？</p> <p>社群行銷 行情看俏</p> <p>日本便利商店 行銷大門法</p> <p>用創意熱賣的小商品！</p> <p>衛生紙怎麼賣 才夠厲害？</p> <p>阿凡達電影有魅力 品牌樂做行銷合夥人</p> <p>數位行銷 怎麼評估最有效</p> <p>【品牌行銷】敗犬與殘獅的心痛商機</p> <p>【流行快報】引爆能量的神奇玩物</p> <p>【行銷趨勢】電器大戰 價格殺破盤</p> <p>【每月精采品牌】純濃燕麥 用區隔搶生意</p> <p>王品失敗中找機會</p> <p>打造品牌識別的靈魂</p> <p>【cover story】媽媽買給你</p> <p>虜獲親子心的 4 大訣竅</p> <p>畢業結盟出新招</p> <p>口碑團購大商機</p> <p>兒童商品的精準魅力</p> <p>創意商品 動人心</p> <p>1 分鐘選對市調夥伴</p> <p>2010 市調公司大調查</p> <p>【創意藍海】</p> <p>翻玩經典 創意再生？</p> <p>異口同聲 說給誰聽？</p> <p>影子廣告 同中取異？</p> <p>借用爆點 精益求精</p> <p>十二生肖 設計旅館行銷</p>

<p>407 期 2010.03</p>	<p>女人妝大牌</p>	<p>情色直白 「做」給你看</p> <p>【行銷風向球】 「阿凡達」 假戲真做？ 「阿凡達」的科學秘密 立體影音 搶眼吸金 iPad 上市 電子書大戰？ 【創意商品】 如何創造殺手級產品？ 熱賣商品 貼心設計 發掘金礦 寵物商機 【創意行銷】 驚奇元素 創造魅力區隔 幫寶適 溝通不足引危機 敗犬與殘獅的心痛商機 【流行快報】 宇宙 牛仔 大和魂 【行銷趨勢】 省錢創意 聰明行銷 【每月精采品牌】 納智捷：自創品牌的雄心 VOLVO：年銷 17 輛車的慘痛教訓 【cover story】 女人妝大牌 時尚風格 搶眼策略 一眼淪陷 品牌童話 彩妝戰場 新手贏家 人氣品牌 六大絕招 彩妝 e 招 打遍天下 顛覆傳統 致勝心機 【特別報導】 2009 年台灣總廣告量 2009 年總量小退 前景樂觀 【創意藍海】 LG Lollipop 手機行銷解析 棒棒糖手機 哀愁與美麗 整合行銷 春藥還是毒藥？ Lollipop 犯了什麼錯？ The Chedi 禪境如畫 光影成詩</p>
<p>408 期 2010.04</p>	<p>代言真有效？</p>	<p>【全球話題掃描】 超級盃 網路與電視的交鋒 包裝無用 擴增實境來臨！ 【創意行銷】 創意得分 節約致勝 爆乳失效？廣告洞察在哪裡？ 消防栓廣告 0 元反貪紙鈔 【品牌行銷】 H&M 玩美時尚 大膽跨界</p>

		<p>3D 洋芋手 女神大宅萌 創意行銷 回春搶頭香 【每月精采品牌】 Windows 7 止跌回升的上市策略 【cover story】 代言真有效? 自導自演搏感情 品味代言玲不玲? 話題素人代了沒? 品牌幫手變殺手 虛擬大使作先鋒 【特別企劃】 廣告大未來 台灣廣告代理商大車拼 台灣地區行銷傳播集團競爭地圖 2009 台灣綜合廣告代理商排行榜 7 大產業廣告量負成長 【創意藍海】 平凡大眾 不平凡的廣告 重鹹的泰式料理? 大眾銀行究竟幹了什麼? 不平凡不真實與不相干 星光女神的皇朝記憶</p>
<p>409 期 2010.05</p>	<p><u>銷瘦搶纖機</u></p>	<p>【行銷風向球】 變身商品 創新通路 品牌深掘新鮮人商機 騙局行銷 傳播大效益 N 世代 賣酒有妙招 【城市行銷】 無名城市 搞笑縣長 阪本龍馬賣掉整座城? 【數位趨勢】 電子書爭霸 關鍵在哪? 不玩難過 搶錢聖品降臨! 丹麥設計行銷創意：NC 精采好戲 【cover story】 銷瘦搶纖機 人氣塑身品牌的祕密 趨勢商品 輕纖上架 瘦身創意百寶袋 吃喝玩樂 享瘦大市場</p>

		<p>【特別報導】 10 年後的媒體代理商 iPhone 媒體包夾戰 華南銀行用愛情洞察搶市占 2009 年媒體代理商的 6 個關鍵數字 2009 台灣媒體代理商排行榜 一分鐘搞懂 16 個媒體用語</p>
410 期 2010.06	節慶瘋狂購	<p>【全球話題掃描】 台灣小胖林育群爆紅的祕密 iPad 上市三周 賣破百萬 iPad 版雜誌 有什麼新鮮事</p> <p>【創意行銷】 漢堡王偷竊行銷 自作聰明？ 煩惱殺手 社群行銷好洞察</p> <p>【品牌行銷】 真心麵包 品牌靈魂 【流行快報】 最夯謎團 大發現！！ 【行銷趨勢】 拼創意 品牌大復活</p> <p>【cover story】 節慶行銷 突破障礙 全家節慶很霹靂 禮品包裝的暢銷秘訣 老節新裝 送禮成瘋 預約送禮大商機</p> <p>【特別企劃】 數位行銷顛覆傳統 facebook 3 大行銷術 殺出低價 勝者為王 2010 台灣網路行銷服務公司調查</p>
411 期 2010.07	熱商機	<p>【全球話題掃描】 MINI 要單挑保時捷？ 如何得到夢中情人的吻？ 紐西蘭航空 創意無限</p> <p>【數位趨勢】 玩 Foursquare 走四方 行銷新法寶 iPhone 帶你逛倫敦大街 活力的火紅商機 SUNTORY 有什麼秘訣？</p> <p>【流行快報】 太陽下的新鮮事 【行銷趨勢】 行銷創意招來人氣</p>

		<p>【每月精采品牌】IKEA 體貼品牌幸福行銷 品牌要怎麼做自己？</p> <p>【cover story】熱商機 口碑銷售 急速「凍」員 阿奇儂冰品打游擊 街頭新商機 觸動夏季行銷新思維 用熱銷打敗熱天氣 涼夏創意 低溫魅力 分眾通路 關鍵任務 人氣招數 戰勝通路 2010 台灣通路行銷服務公司調查</p> <p>【創意藍海】 設計論壇台灣設計的新價值 設計瞭望台台灣設計能量交鋒 創意設計機場設計行銷芬蘭 廣告流行語金句獎 2010 年 10 大廣告金句出爐</p>
<p>412 期 2010.08</p>	<p>觸動消費</p>	<p>【全球話題掃描】 世足火熱開戰 飲料創意開打 品牌瘋世足 Nike 和 adidas 如何鬥智？ 日本初夏新商品 LED 和世足搶先機 夏日消暑 「鮮」品上市 猴子廣告 行銷新招 精準行銷 品牌互動</p> <p>【數位行銷】蘋果 iAD 愛瘋廣告 實習出頭 創意最優 生活創意 打破無聊玩到底！！ 另類思考 創意出招 永慶房屋 行銷心法解密</p> <p>【cover story】 餐桌媒體 經營創舉 深度互動 戰略解密 App 站開打 永慶、信義較高下 拋棄數位 線下媒體精準觸動 戶外觸動大蒐奇 手機精靈 啟動生活</p> <p>【創意藍海】 偶爾腦震盪是健康的 在溫哥華看見設計新價值</p>

<p>413 期 2010.09</p>	<p>專製時代</p>	<p>米蘭設計周 創意家具的神殿</p> <p>【全球話題掃描】 AppStore 另一種獲利方式 便民我第一美國政府找幫手 Groupon 商業模式大解密</p> <p>【創意商品】 尿布大變身 好奇寶寶超有型</p> <p>2010 東京玩具展 親子同樂商機旺 日本父親節禮品爭霸戰 廁所裡找創意 環境媒體新主流 印尼公益行銷 讓總統也嚇一跳 預測 5 年後的媒體趨勢 數位看板玩互動 品牌轉彎 口感致勝 創意小物 精采逗趣 服務團購創商機 老品牌的新滋味</p> <p>【cover story】 專製時代 迷群當道 商機再現 創意外食 各出奇餐 搶攻頂級 不同凡響 客客不同 同享尊榮</p> <p>【特別報導】 會聚全球 展現魅力 行銷傳播 指標性國際會展 2010 台灣專業展覽公司調查 道地台味 獎旅加味 玩出驚奇 體貼出奇</p> <p>【文創上海】 文創產業 需要群聚園區做沃土 從行銷創意看世博</p> <p>【創意藍海】 印象沙灘的驚世之作 芬蘭設計名校 品牌思維</p>
<p>414 期 2010.10</p>	<p>全面啟動公 關力</p>	<p>【全球話題掃描】 另類衛生棉廣告 UPS 閃電俠 純淨伊甸園 感應式消費的創意廣告</p> <p>【創意行銷】 吸血鬼風靡全球</p>

		<p>繁榮再現 旭山動物園 找工作的妙點子 【數位趨勢】 Web3.0 與全新個人品牌時代 改變 創意無限大 企業形象提昇妙招 奇美蛻變創新機 靈光一閃 救生命 活用社群媒體打天下 逆向思考 引領潮流 【cover story】 全面啓動公關力 品牌公關力 周年創新局 非關利益 更要有創意 非學不可的公關教訓 危機公關 解圍攻略 關鍵一語 話解危機 個人品牌 大翻修 產業轉型 公關升級 2010 公關、活動公司大調查 【創意藍海】 消費者助陣 品牌匯人氣 多面分析 3M 廣告 重拾天使的魔法</p>
<p>415 期 2010.11</p>	<p>暢銷商品 DNA</p>	<p>【全球話題掃描】 Diesel 踢屁股的品牌哲學 猛男來襲 品牌洗進主婦心坎裡 Uniqlo 玩社群行銷有什麼不一樣 【另類廣告】 少年 Zack 的煩惱！ 平面印刷廣告新玩法 【數位趨勢】 Groupon 模式的黑暗面 Google 為何要上電視廣告 虛擬愛戀 創意改變 新奇商品創商機 台灣彩券 品牌行銷 非關利益 愛的分享 不可不知的創新銷售 通路巨鱷 成功關鍵 義國行銷大不同 【cover story】 暢銷商品 DNA</p>

		<p>台產新動畫 進軍全世界 3M 一把抵兩把 魔布變拖把 痠痛變生意 開拓新格局 紅酒配紅麴 釀出新傳奇商品大改良 貼心出奇招 滑鐵盧的新商品 研發 7 秘訣 創造夯商品 【創意藍海】 品牌有洞察 數位動人心 結婚是開始還是結束？ 說完分手 我們結婚吧！ 失去了才知道珍惜？ 就是我的愛情跟喜餅？</p>
<p>416 期 2010.12</p>	<p>無敵店面行銷術</p>	<p>【全球話題掃描】 【創意行銷】 品牌展現開店新創意 預約訂購搶占網路新商機 【另類廣告】 800 磅黑猩猩做招牌 AXA 得信賴 NIKE AIR SHOW 廣告遊戲新體驗 【數位趨勢】 6 個值得一試的創業點子 如何用 3D 影像技術做市調？ 【每月精采品牌】 台新銀行 70 萬張發卡量的核心價值 【流行快報】 顛覆傳統的日本新鮮貨 【行銷趨勢】 如何精準掌握市場趨勢？ B2B 行銷 Salesforce 飛上雲端做行銷 中國商戰 海底撈價值 45 億的服務力 真有義思 義大利巧克力節 甜蜜背後的嚴肅趨勢 色彩行銷 選對顏色就對了！商品的彩色生命</p> <p>【Cover Story】 我們結盟吧！ 政商結盟 政商攜手 夢幻益友 衣起來潮 M&M'sxBossini 糖衣變潮衣 歐美經典 品牌聯軍 顛覆舊局 日本精髓 結盟策略 5 妙招 網來互利 數位聯盟 擴大商機 前車之鑑 350 億的結盟失敗教訓 紙上論壇 達人開講 結盟狂想</p>

		<p>【創意藍海】 一則廣告大家看 萬安生命 殯喪新觀念 你的祝福 他的願望 化悲憤為祝福 消費者買的是一個感動 2010CLIO CLIO 精采創意不藏私 設計觀點 匯豐花旗商標設計大變身 設計櫥窗 澳門設計 邁向新路 設計之旅 Amansara+Amantaka 把旅館當成自己的家</p>
--	--	--

刊物名稱：《廣告 Adm》

出版者：滾石文化股份有限公司

地址：台北市光復南路 290 巷 1 號 6 樓之 1

電話：(02)2721-6121

期刊號	主題	主要內容
第 224 期 1 月號	數位行銷，乘數效果	<p>【special column】 北極熊也會淹死? 【Report】 報導 2011 IDA 世界設計大會在台北 全民瘋設計 各家爭鳴 2010 年廣告新局誰來主導 你也晉升為「進化型消費者」了嗎? 新廣告 新價值 《廣告王 mycfbook.com》限時網路票選最喜愛的廣告影片 政府業界攜手合作 突破廣告產業困境 第 4 屆中國 4A 創意金印獎 JWT 中喬所向無敵 24 金奪 17 金 【特別企劃】 2010 年數位行銷觀測&預測 數位行銷百花齊放的 2010 年 Mobile Internet 和 Social Network 2010 將大行其道 PayEasy 行銷部協理謝莒方:2010 電子商務市場將達 20% 的成長 奧美數位媒體行銷總經理張志浩:數位與非數位媒體的整合 不能盲目進行 實力媒體執行長謝祥偉與人來人網行銷業務總監金若藍:數位的發生是因需求而開始 米蘭數位執行長江祖榮:數位登「陸」前景可期</p>

		<p>IAMA 理事長吳毅弘:善用「數位」讓行銷更 easy MAZDA 前行銷處長王文錕:微網誌行銷效益大但生命週期短暫</p> <p>【數位行銷】 你 iPhone 了沒? 精準接觸網路購屋族群帶動「玉上園」成交量 Facebook 不只是朋友 10 年後, 你想像中的雜誌 行動廣告 Mobile Advertising 「宅廣告」持續發酵中</p> <p>【創意】 中國社群網站少了些開心?還可以多些什麼? 品牌有人性 不怕沒人信(下集) 吉田秀雄先生一支球桿、一脈相傳 從蔡國強看藝術公關這一行 阿達 X 李伯恩 自由發揮出無限度創意 爆紅的恐怖片廣告 vs. 災難電影 給大家的明信片</p>
<p>第 225 期 2 月號</p>	<p>春暖花開 行動行銷的春天也來了</p>	<p>【special column】 吃素也能救地球 【評論】 媒體代理商的 6 個困境 台灣廣告影片製作業的春天來臨 【報導】 從「Digital」高度認識「全媒體」發展策略 TAAA、IAA 理事長選情激烈 遊戲產業發威 廣告量今年看俏 「2010 雜誌生活節」將盛大舉辦 AD100 網路廣告年度百人風雲會 台灣獲獎人佔 25% 【特別企劃】 行動行銷 Mobile Marketing: 爵士音樂中的黑管 行動行銷 Mobile Marketing 行動行銷到底有什麼新鮮事 Google 併購 AdMob, 宣告行動行銷時代來臨! 威寶電信: 手機廣告成本低 易切入 中華電信: 接收者願意看簡訊 才是行動行銷成功的第 1 步 從媒體代理商的專業角度看行動行銷的明天</p> <p>【數位行銷】 淺談 Google Wave 統一藉網路選秀凝聚社群, 提升消費者的品牌忠誠</p>

		<p>度 雜誌/紙本社群進化基因的企圖 誰是口碑王?哪一種類型話題容易引發口碑? 為相機互動找到新創意</p> <p>【創意】 好廣告製造影響力，更發散感染力 20年不間斷 層層再傳默默側錄台灣廣告 5萬支 Branding 藝廊的藝術 創意回家了!孔雀餅乾飛行篇 給同業的明信片</p>
<p>第226期 3月號</p>	<p>數字不僅僅只是數字</p>	<p>【special column】 真相很重要 方向更重要 【專欄】 世界第一汽車大廠 TOYOTA 的品牌危機 攻擊性廣告是否有效?!</p> <p>iPad 的定位遊戲</p> <p>【報導】 消費者洞察 精準剖析市場 「中國製造」形象廣告海外放送 成果引起爭議 台灣行銷傳播認證協會初期只辦認證不推課程</p> <p>【特別企劃】 2009 廣告數字 2009年台灣地區總體廣告量新臺幣 394 億元 如何正確解讀廣告數字?專訪倍盛美傳媒董事總經理陳韋仲 2009年廣告投資量前 10 大產業 實力媒體執行長謝祥偉:經濟景氣的變動 影響台灣 產業廣告量投資 2009年台灣地區 100 大廣告客戶:遠雄集團 2009年台灣地區 100 大廣告商品:燦坤 3C 賣場 2009年台灣地區無線電視 100 大廣告客戶:桂格食品(股) 2009年台灣地區有線電視 100 大廣告客戶:寶僑家品公司 2009年台灣地區報紙 100 大廣告客戶:遠雄集團 2009年台灣地區雜誌 100 大廣告客戶:台灣萊雅(股) 2009年台灣地區廣播 100 大廣告客戶:統一超商(股)公司 2009年台灣地區網路媒體前 20 大廣告客戶:學承電腦 2009年台灣地區網路媒體前 20 大廣告產業:線上學</p>

<p>第 227 期 4 月號</p>	<p>也是一種探 索!</p>	<p>習</p> <p>【專欄】 不是就地球，而是愛自己 讓網路磨亮你的行銷工具</p> <p>【報導】 運用新科技 訴說古老議題 新媒體服務價值=科技 X 創意 重量級超級評審團 應邀來台 2009 年中國廣告界 9 大人物 林俊明、龔友誠上榜 台灣廣告人的春天在中國大陸? 菩羅影視 登陸 10 年後的曾再傳觀點</p> <p>【特別報導】 《廣告王》2009 年台灣地區 10 大廣告影片網路票選 「海尼根異口同聲篇」獲選最愛 勇奪第一</p> <p>【特別企劃】 2009 年台灣地區 10 大行銷個案 關於《2009 年台灣地區 10 大行銷個案》 長期經營服務平台累積實力 中華電信搶占 I Phone 獨賣先機 Luxgen 納智捷以「自主品牌」成功醞釀溝通情緒 7-11 拉抬鮮食營收出奇招 麥當勞用品質抓牢消費者 穩坐「超值」領導品牌 全聯先生爆紅 奧美讓國民省錢運動紅到海外 台灣奧迪汽車另類品牌建構策略 創造完美品牌新 生行動 Facebook 運用微型遊戲 創造台灣奇蹟 人性化介面 優秀光學技術背景 Canon 相機市佔率 近半 每朝健康綠茶 開創茶飲料新生態 高雄市運結合運動行銷特性 展現高雄現代化新形 象</p> <p>【數位行銷】 When online AD is below the line Oops!你還在上傳影片嗎? 電信負面口碑來源，服務大有關係 電子商務成功要素</p> <p>【創意】 中國 QQ 在線人數破億，騰訊往成功有跡可尋 「不可能的任務」走進生活</p>
-------------------------	---------------------	---

<p>第228期 5月號</p>	<p>MAA 急，電視 媒體急不急？</p>	<p>【Special column】地球的退燒藥-雨林咖啡 【讀者來函】IAA 台北分會的代表性問題澄清 【評論】換位子還是換結構？ 【專欄】善用線上影音平台，燒出行銷話題 【報導】台灣奧美西進大陸 網路創業成功的不二法門：創意+創業精神 數位行銷風潮 全球持續延燒 【特別報導】 MAA 對電視廣告市場超秒狀況的看法與呼籲 【特別企劃】2009年台灣地區 10大網路行銷個案 數位行銷蓬勃年代 青箭變色 12 角色咖 你是哪種「咖」 團結力量大 漢堡王成功凝聚人脈網路力量 雲門舞集「生活律動」舞蹈教室 Yahoo!奇摩「搜出新關係」尋找新的可能性 黑松茶花綠茶 準確掌握網路特質 「你願意用什麼換得一夜好眠？」 Yahoo!奇摩測字 成功吸引 TA 進行深度溝通 Nokia 運用網路成功攻入年輕族群 一個問號 蘭蔻開啓一段美妝之旅 「網路撲愛」隨身行銷，徹底個人化 【數位行銷】 上班時間玩什麼遊戲？ 讓 Foot Traffic 轉變成 Store Traffic Television 的 Tele-Vision 【創意】 Converse「你製造」平台，讓創意新血大放光芒 時代不變的宣言，藝術跨界合作 2009年紐約廣告節印刷類廣告得獎作品(上)</p>
<p>第229期 6月號</p>	<p>2009年的兩個 啓示！</p>	<p>【評論】數位行銷人才來源堪慮 電視購買的另一個思維 【專欄】 如何減少你的「食物里程」？ 內容聯播網 讓消費者更快找到你</p>

		<p>【報導】 「Speak to heart」喜思集團(CS Group)的品牌建構哲學 再獲 Campaign Brief Asia 創意排名台灣第一 先勢 15 年 綻放燦爛火花先擘公關 解開品牌靈魂 勇闖顧客心房 媒體 X 科技 新媒體實驗室成功創造影響力 開心迎接數位浪潮 大膽創造動人作品 作品評點的跨界交流 期待未來更多「Portfolio Night」 揚眉吐氣!台灣奪下第 19 屆 時報金犢獎年度最佳獎</p> <p>【特別報導】 4A Yahoo!創意獎 小人物故事大獲全勝 專訪 4A Yahoo!創意獎評審長台灣電通創作部副總 詹朝棟 靈智廣告執行創意總監陳宜宇 得獎名單與作品欣賞</p>
<p>第 230 期 7 月號</p>	<p>2010 年大傳畢業生就業指南</p>	<p>【專欄】東西，也是需要好好被珍惜的！ 【評論】「電視購買的另一個思維」迴響 【專欄】善用 Google 廣告分析工具，永遠領先市場需求一步</p> <p>【報導】 世界盃足球賽收視率評析與報告 2010 上海網上世博會 台灣電通展現數位科技實力 紐約廣告節上海登場 到坎城前發空自己 到坎城後塞爆腦袋 2010 年，屬於台灣的 Cyber Young Lion 創意競賽 台藝大多媒所學生代表參加坎城廣告節青年競賽影片 「我的公益好點子」邀請新世代大學生投入社會公益</p> <p>【特別報導】:2010 台北國際廣告影片展 【特別企劃】2010 年大傳畢業生就業指南 新鮮人，Are you ready? 持續不斷的熱情最重要! 你，能獲得客戶的信賴嗎? 熱愛學習 為自己設高標 求新求變求創意 熱情迎接每個挑戰!</p>

		<p>沒有專業，卻非常專業 好奇，故我在 新鮮人面試交戰守則，人力資源主管之我見 企業求才資訊一覽表</p> <p>【數位行銷】 漢堡上網變主播 激增品牌知名度與好感度 玩具也能做好事! 友情鏈一拉一 人人「非試不可」 6種消費者聲音 不聽不可</p> <p>【創意】 盡情瘋玩!在這裡，創意跟呼吸一樣重要! 一封來自香港林明的信</p>
<p>第231期 8月號</p>	<p>2009年台灣地區風雲媒體代理商貝立德</p>	<p>【評論】想迅速讀完超級暢銷作時讀的9本書 滾石《增加19倍銷售的廣告創意法》上榜 電視購買的另一思維「生命總會找到出口」</p> <p>【專欄】明日天氣預報:台北，40度C 以Google行銷平台創三高:高會員數、高在線時間、高營收</p> <p>【報導】廣告新世代接力賽 網路搜尋行銷 消費決策前哨戰 2011台北世界設計大會 台灣電通取得廣告代理權 Google街景三輪車台灣上路 打造在地觀光虛擬平台 洞察消費者心底渴望 太一廣告贏得資生堂在台廣告代理權 奇禾建構數位平台 行銷「愛分享」公益活動</p> <p>【特別企劃】2009年台灣地區風雲媒體代理商貝立德 貝立德的彩色盤 誠實的少年 懷抱永遠學習不懈的謙沖之心 運用「檔購經驗」創造購買質量平衡 檔購系統與CPRP的巧妙運用 創造客戶與代理商雙贏 貝立德的數位大未來 衝，就對了! 以商品塑造生活 以生活帶動需求 掌握娛樂產業生態 無限延伸服務內容 新科技 新媒體 新思維</p>

		<p>最高規格的服務水準 最深層貼近的了解 全方位的行銷視野 為客戶提供完善的媒體服務</p> <p>【數位行銷】 英特爾利用網路行銷，搶先參與消費者的決策過程 黃淑玫:品牌和消費者在網路上關係永不結束 可以透過網路經銷，為什麼還要用死胡同行銷 用數位 精彩說公益 2010 上半年汽車產業 50 大熱門話題深度分析!</p> <p>【創意】 創意火花 Can Create 創意熱店，不只販售創意，更要聚集人才的創意部落! 一張不想領回的畢業證書 2009 年紐約廣告節印刷類廣告得獎作品欣賞(下)</p>
<p>第 232 期 週年號</p>	<p>4A 之外，台灣 地區的獨立廣 告代理商</p>	<p>【Special column 專欄】 美麗一定要「裝」嗎? 評論:行銷媒體時代的來臨，談廣告產業的改變 如何善用網路平台 掌握政治「網路化」的全球潮流</p> <p>【報導】 經營品牌就是要和品牌一同呼吸 JL Design 頻道包裝案榮獲兩項國際設計大獎 中華民國建國百年吉祥物設計徵選獎金 100 萬 「時報華文廣告金像獎」從台灣出發，向亞洲發聲 數位潮流的下一個行銷思維 World Advertising Now 全球廣告產業新面貌 回歸創 意本質 掌握世界廣告趨勢 種子的希望</p> <p>【特別企劃】4A 之外，台灣地區的獨立廣告代理商 4A 之外，獨立廣告代理商的定義與意義 少了包袱多了自由，獨立之後路更廣 一牆之隔，4A 內外的兩種情 大公司與小公司的界線已崩解 效率作戰 利潤不等人 叢林法則下的轉型必要性 跨界合作 聯手創造最大價值 掌握設計背後的創造力 客戶在哪裡 廣告服務就在哪裡 面子與裡子，哪個重要? 台灣地區主要獨立廣告商一覽表</p>

		<p>【數位行銷】 窺探中國網路行銷，好濕阿! 哈囉，我們還需要電話號碼嗎? 時尚雅痞上網 Get high Kavalan highball 聲勢驚人 網路口碑資訊管理 現代企業必備的知識能力</p> <p>【創意】 從坎城廣告看世界廣告趨勢</p>
<p>第 233 期 10 月號</p>	<p>誰能置身事 外?</p>	<p>【專欄】 小「花」也能立大功 【評論】 IT 產業家電夢的第 3 波是『Apple vs. Google TV』還是『他們的電腦 vs 我們的電視』呢? 【專欄】 網路廣告新出路 多媒體形式的展示型廣告 【報導】 世博台灣館兩岸數位行銷策略 ADK-Taiwan 3 大策略定位 建立廣告新氣象 ADKi 整合溝通 數位新思考 2010 「ㄈㄝ、客，ㄈㄝ V 客」特色商品設計比賽結果出爐 數位行銷浪潮上 你站穩腳步了嗎? 前進數位新版圖，前進超越媒體檔期的對話 台灣奧美廣告奪下全亞太第一支黃鉛筆 JWT 搬家啦 5 大廣告公協會的繽紛秋夜派對 科技始終來自「娛」人性 【特別企劃】 數位媒體 5 大案例探討 你在哪裡，廣告就到哪裡! 雙手機跨媒體運用 創造訊息溝通新樂趣 行動廣告讓過敏指數隨身攜帶 線上開店 快速直接命中消費者 運用手機社群網 連接實體生活 善用網路工具 再創熱銷巔峰 2010 年上半年網路廣告量大幅超出 IAMA 預測 3 網合一 齊打天下 2010 年台灣地區數位行銷公司一覽表 【數位行銷】 話說天下大勢，合久必分，分久必合! 負面口碑的 5 大類型 【創意】</p>

<p>第 234 期 11 月號</p>	<p>休息，是爲了 走更遠的路</p>	<p>弄堂裡的梅子畫廊，所有的事情都可能在這裡發生</p> <p>【專欄】到底「瓶」什麼? Google ADwords 全球 10 週年，Google 關鍵字廣告改變網路廣告生態</p> <p>【報導】雨越下越大，廣告人的熱情越來越旺! 聚集亞洲最受矚目的廣告亮點 數位工具下的廣告新價值 戶外+Facebook 創造虛實整合溝通新模式 創作，沒在怕的!</p> <p>【特別報導】 全球數位行銷成長快速 精準式廣告成爲主流 你不可不知的數位行銷致勝方程式:Science+Art+Scale 透視數位行銷無限商機 科學洞察精準掌握目標相費者 打破傳統橫幅框架 數位多媒體創意廣告最吸睛 Science+Art+Scale 6 大成功案例深入解析</p> <p>【特別企劃】廣告人的健康管理 孫大偉/廣告人 廣告人工作滿分 健康 你給自己打幾分? 附冊:〈2009 年廣告終身成就獎〉-孫大偉與他的廣告故事</p> <p>【數位行銷】百貨周年慶的傳統通路大戰，網路能做些什麼? 聽 體驗 更加深刻</p> <p>【創意】台灣第一個停格動畫 MV 打造新天堂樂園</p>
<p>第 235 期 12 月號</p>	<p>從沒有歧視出發</p>	<p>【專欄】是「減碳」還是「檢嘆」? 網路廣告的未來趨勢-行動廣告、展示型廣告、Youtube</p> <p>【報導】 不只服務客戶!更服務客戶的客戶! 因革命而改變，爲改變而革命! 伊莎貝爾將達彼思廣告推向巔峰 擴增實境 新媒體殺手鐮 行動裝置 未來行銷重點場域 羅瑩的洞察實驗室</p>

		<p>當流行遇上傳統</p> <p>【特別報導】</p> <p>「2010 Yahoo!Big Idea Chair 亞洲區創意大獎」台灣發光!</p> <p>白蘭氏雞精線上 pk 賽 男女腦戰爭引起飲品話題 感覺啾啾啾...棒! 只有可口可樂</p> <p>「欠 Core?」Intel 讓商品特色一說就懂 海尼根以意識型態突出新包裝特色</p> <p>小事變樂事 品牌精神變全民運動 世博台灣館用祈福與自信 喚起全民情感 Ford 真實試駕 以數位科技執行跨平台公關行銷</p> <p>【特別企劃】 滾石 30 滾石愛音樂</p> <p>滾石 30 更年輕 熱血慶生滾石 30 跳進世代生活 和年輕人交心溝通 《滾石-30 愛音樂系列》廣告影片欣賞 滾石 30 創意明星商品</p> <p>【數位行銷】</p> <p>互動娛樂 情境廣告置入效果研究報告 行銷下一站: 手機網路 口碑行銷, 有口碑?!</p> <p>電影題材網路正夯 有話就要大聲說!</p> <p>【創意】</p> <p>2010 年尾莊淑芬寫給孫大偉的一封信 中國廣告新浪潮, 后 EXPO 時代進入創意新世紀!</p>
--	--	---