

廣告代理業，這個伸手摘星的產業，歷經商業經濟環境與媒體行銷方式的快速變遷，以及品牌與體驗經濟的蓬勃發展，相對使得廣告代理業之產業環境與服務價值亦隨之快速轉變，若從產業永續發展觀點來看，針對產業發展趨勢，進行產業研究，實有其必要性，同時，透過長期研究累積，亦可作為未來知識工具研發基礎，而本書即建構在此基礎上，進行論述。

本書共計有四篇，分別探討廣告代理業的現在與未來、廣告代理業的知識管理、新興廣告趨勢與發展，以及台灣廣告代理業的變革等有關後國際化時代之台灣廣告代理業的四大課題。

全書共計有十二章，依照各篇章內容，瞭解國際與台灣廣告代理業的知識體系、新興創意發展現況與趨勢，最後為台灣廣告代理業提出因應變革的具體建議。

第一篇，廣告代理業的現在與未來（第一至二章）

闡述廣告代理業的角色，再以國際廣告代理業的角度為主，輔以台灣的廣告代理業，敘述廣告代理業的現在、未來與發展。

第二篇，廣告代理業的知識管理（第三至五章）

一方面呈現廣告專業知識的內涵、特性、範圍與分類，另一方面，檢視國際間廣告代理業知識支援機制與台灣廣告代理業知識管理體系。

第三篇，新興廣告趨勢與發展（第六至九章）

先探討國際與台灣新興廣告的趨勢現況及媒體發展，並針對新興廣告發展關鍵因素及知識管理案例進行分析，而後分別陳述因應策略及發展模式。

第四篇，台灣廣告代理業的變革（第十至十二章）

著重於台灣廣告代理業，對其現況、組織類型與組織變革演進歷程做一介紹，而後研討奧美集團與電通集團兩大案例，並提出台灣廣告代理業組織變革之未來發展的結論與建議。



學富文化事業有限公司

臺北市大安區和平東路二段118巷2弄20號

TEL/(02)2378-0358 FAX/(02)2736-9042

ISBN 978-986-6624-66-7



9 789866 624667