

# 國立交通大學

## 管理科學系碩士班

### 碩 士 論 文

「誤導式廣告」與「品牌」對消費者理解之影響

The effect of the “misleading advertisement” and “brand” on  
consumers’ comprehension



研 究 生：楊堡文

指導教授：黃仁宏 教授

中 華 民 國 九 十 六 年 一 月

「誤導式廣告」與「品牌」對消費者理解之影響

The effect of the “misleading advertisement” and “brand” on  
consumers’ comprehension

研 究 生：楊堡文

Student：Pao-Wen , Yang

指導教授：黃仁宏

Advisor：Jen-Hung, Hwang

國立交通大學



A Thesis

Submitted to Department of Management Science

College of Management

National Chiao Tung University

in partial Fulfillment of the Requirements

for the Degree of

Master

in

Management Science

January 2007

Hsinchu, Taiwan, Republic of China