

考試科目	廣告原理	所別	廣告學系	考試時間	2月23日(六) 第 3 節
------	------	----	------	------	----------------

一、選擇題 (每題 4 分)

- _____ 1) 請問下列哪一個有關消費者購買行為的陳述是錯誤的?
- (A) 消費者購買需求的產生可能來自內在的刺激，也可能來自外在的刺激
 (B) 消費者購買行為大多是理性與感性交互影響的結果
 (C) 只有少數重大的購買行為才會出現購後認知失調
 (D) 消費者購買行為深受消費者個人的人格特質與個人偏好影響
- _____ 2) 影星成龍曾經傳出外遇緋聞「犯了大多數男人都會犯的錯」，表示使用代言人會有下列何種風險?
- (A) 代言人形象與品牌形象的連結
 (B) 跟其他品牌共用，削弱代表性
 (C) 投入過高的代言費用
 (D) 知名度高，樹大招風
- _____ 3) 選擇目標市場要考量的重點，以下何者為非?
- (A) 市場量大小
 (B) 產品具有獨家的產品功能
 (C) 產品具有競爭優勢
 (D) 市場具有未來發展潛力
- _____ 4) 以下哪個品類的廣告除需加註警語外，政府也明文規範其播出時間限制?
- (A) 現金卡類 (B) 藥品類 (C) 汽機車類 (D) 酒類
- _____ 5) 一般而言，消費者的購買決策過程，會經歷下列哪種模式?
- (A) 方案評估→購買決策→產品挑選→問題認知→資訊蒐集
 (B) 問題認知→資訊蒐集→方案評估→購買決策→購後行為
 (C) 產品挑選→購買決策→資訊蒐集→購後行為→方案評估
 (D) 購後行為→問題認知→方案評估→資訊蒐集→購買決策

備

註 試題隨卷繳交

考試科目	廣告原理	所別	廣告學系	考試時間	2月23日(天) 第 3 節
------	------	----	------	------	----------------

____ 6) 下列何者不屬於行銷組合(Marketing Mix)之一？

- (A) 產品研發
- (B) 零售地點選擇
- (C) 市場區隔
- (D) 贈品促銷

____ 7) 社群行銷工具最主要的目的是？

- (A) 讓訊息自然擴散
- (B) 作為較便宜的廣告替代工具
- (C) 增加商品曝光機會
- (D) 培養粉絲人數

____ 8) 什麼是「廣編稿」？

- (A) 廣播電台編輯單位協助廣播DJ，於節目開錄前先擬定之講稿
- (B) 公關公司替客戶品牌進行負面消息澄清之相關文件
- (C) 廣告公司於確認提案執行後，提供給客戶簽署之證明文件
- (D) 媒體以編輯形式替客戶產品進行採訪及報導之稿件

____ 9) 請問最早出現的網路廣告形式為何？

- (A) 橫幅廣告(banner ads) (B) 摩天廣告(sky scrapers)
- (C) 彈跳式廣告(pop up) (D) 電子郵件廣告(e-mail Marketing)

____ 10) 衝動性購買者通常呈現某些特質，下列何者不是此類消費者典型行為特徵？

- (A) 事後會對於所購買的物件十分欣喜，愛不釋手
- (B) 會有急切的行動慾望去花掉手上僅有的一點錢
- (C) 往往在事後有懊惱後悔的感覺
- (D) 即使只剩下一點錢還是會買些不急之物

二、問答題 10%

我們通常以創新與傳佈理論來檢視新產品上市的成功率，哪些是常用來評量新產品 (或創新事物) 是否會成功的標準？請舉例說明之。

考試科目	廣告原理	所別	廣告學系	考試時間	2月23日(天) 第3節
------	------	----	------	------	--------------

三、關於網路廣告/推廣研究。

1. 網路廣告/推廣研究目前面臨哪些困境？(10分)
2. 這些研究困境可以如何有效解決？(10分)

說明：回答時

- a. 答題時請先定義你所謂的「網路廣告/推廣」指涉為何？
- b. 請將每項困境與針對該項困境的解決方案清楚對應。

四、關於廣告推廣的重要趨勢。

1. 請列舉數個當下廣告推廣的重要趨勢。(10分)
2. 請問這些趨勢反映出哪些消費者的重大轉變？(10分)
3. 請問這些趨勢又反映出哪些媒體環境的重大轉變？(10分)

說明：回答時

- a. 請將每項趨勢與該趨勢反映出的消費者或媒體環境重大轉變對應清楚。
- b. 答題請儘量深入。

備

註

試題隨卷繳交

考試科目	公共關係原理	所別	廣告所	考試時間	2 月 23 日(六) 第 4 節
------	--------	----	-----	------	-------------------

一、請定義「新媒體」(有別於電視、報紙、廣播、雜誌等傳統媒體)，敘述其特性與功能，並舉例說明如何運用於公關實務。(25%)

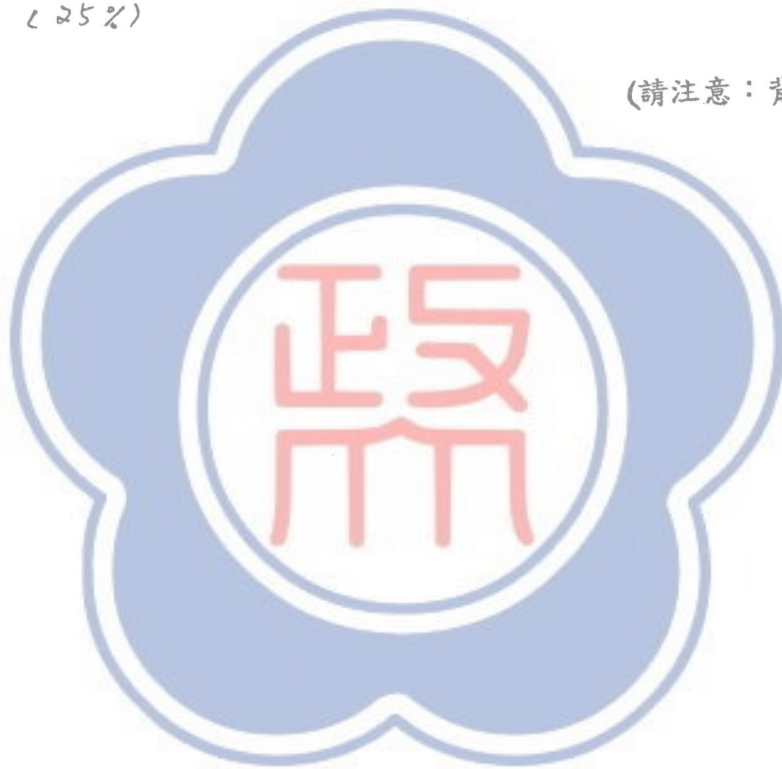
二、以下為 2008/10/26 《紐約時報》新聞之譯文(請見次頁)。假設

1. 今天是 2008/10/26

2. 你是星巴克全球營運總部公關人員

公關經理把這篇報導交給你，你會建議如何處置？請寫一篇處置建議報告給經理。(25%)

(請注意：背面還有試題。)



備

註 試題隨卷繳交

考試科目	公共關係原理	所別	廣告所	考試時間	2月23日(六) 第 4 節
------	--------	----	-----	------	----------------

金融危機 最新指標 星巴克店愈多 國家傷愈重

一九八六年，英國《經濟學人》自創「大麥克指數」理論，以麥當勞大麥克漢堡在各國價格，來說明購買力平價理論及評析匯率問題。最近美《商業周刊》專欄作家丹尼爾·葛洛斯 (Daniel Gross) 也提出「星巴克分店指數」理論：一個國家星巴克連鎖分店愈多，受金融危機傷害的程度愈高。

葛洛斯指出，過去幾年，星巴克伴隨美國房市榮景而大肆擴張版圖，星巴克在美國大城市、尤其是金融中心紐約的分店密集度，多得令人咋舌，光是紐約曼哈頓一地，星巴克便開了二百家分店。此外，全美各地城市郊區甚或偏遠城鄉，也不難看到星巴克的身影。然而，如同美國房市，星巴克的分店數在二〇〇六年春天創下新高後，也隨之反轉崩跌。

分店數創新高 房市即崩跌

此番房市、次貸泡沫，不免令人聯想到星巴克拿鐵咖啡上的鮮奶泡。星巴克的咖啡因，每日提供華爾街或倫敦金融城金童子們大玩金錢遊戲的刺激動能，美國各大投資銀行總部的一樓，毫無例外皆有星巴克進駐。不過，隨著投資銀行貝爾斯登倒閉，其大樓內的星巴克分店也關門大吉。美國次貸和信用危機爆發，百年一見的金融海嘯侵襲全世界，其中又以與美國金融體系連動性高的國家，受創最為嚴重。

全球金融危機與星巴克有何干係？葛洛斯分析，一個國家、尤其是其金融中心的星巴克分店數愈多，受傷情況最烈。譬如，英國全國有六八九家分店，光是倫敦便有二五六家；亞洲的南韓有二五三家、西班牙首都馬德里有四十八家、中東阿聯大公國的杜拜有四十八家、法國首都巴黎也有卅五家。

非洲、中南美 相較災情輕

相較之下，非洲此次受傷輕微，因為全非洲僅埃及有三家星巴克。同樣的，中南美洲的災情也還好，例如，巴西全國僅有十四家。此外，至今未傳出銀行紓困或倒閉的義大利，星巴克連一家都沒有。而同樣沒有星巴克的北歐國家瑞典、芬蘭和挪威，目前看來似乎也可逃過一劫。

葛洛斯又稱，「星巴克分店指數」理論當然也有例外，像是南美洲智利首都聖地牙哥有廿七家星巴克，但此次受牽連程度甚輕，反觀全國僅有六家星巴克的俄羅斯，卻受傷慘重。不過，葛洛斯還是寧願相信自己這套理論，他笑說，上周他去土耳其首都伊斯坦堡，驚訝地發現當地的星巴克分店多達六十七家，他可絕不想把錢存在那裡。

資料來源：中時電子報 2008/10/27 04:33 黃文正／紐約時報廿六日報導

考試科目	公共關係原理	系別	廣告所	考試時間	2月23日(六) 第4節
------	--------	----	-----	------	--------------

三、根據 Pavlik (2007), 公共關係實務工作者必須根據媒體的演化而採取不同的思維與策略。
 根據美國調查, 一般公關人員對於社交媒體如 Facebook 是正面看待的, 但公關人員也對於 Facebook 負面效應不敢輕忽, 總而言之 Facebook 對於公關人員目前仍是挑戰。請嘗試以理論(公關理論、行銷、心理學、社會學等等)回答以下關於公關人員面對 Facebook 的問題:
 (30%)

- (1) 以公關角度檢視 Facebook 的價值為何?
- (2) 公關人該如何分析 Facebook 的效益?
- (3) 公關運用 Facebook 的可能挑戰有哪些?

四、就妳/你所熟讀的各種公關理論與概念, 可能發現絕大部分來自歐美, 而進行的相關個案研究也都是來自大企業。台灣雖然有大型企業, 但實際上中小企業是台灣經濟的主體。請利用你過去的知識, 加上一點想像力與生活經驗, 說明任何的公關理論(可以舉一到三個廣義的公關理論)應用在中小型企業公關操作上, 是否需要調整? 為何要調整? 如何調整? (20%)



備註	試題隨卷繳交
----	--------