

考試科目	廣告原理	所別	廣告所	考試時間	3月18日 星期二 第三節
------	------	----	-----	------	---------------

一、成功廣告之主要影响因素為何？請詳細說明之。(25分)

二、廣告企劃之主要内容為何？請詳細說明之。(25分)

三、宣導評估從訊息效果來說，無論是商業廣告行銷活動或是政府政策宣導，都應掌握到廣告訊息能達到預期的廣告目的，(包括：企業行銷目標或消費者認知的改變)。為了讓廣告主能達成未來的廣告目的，因此，廣告評估進行必須是可計量的 (Accountable)，以方便未來廣告 campaign 的進行。廣告效果的研究，無論就策略面與執行面來說，研究方法儘管相當多元，但幾乎圍繞在那些面向？請說明之。(本題二十五分)

四、文案測試 (copy test)，是測量廣告 (宣導) 的創意與訊息，這個方法 (文案測試) 不只測量文案與訊息而已，甚至可以測量整個廣告的各個面向。文案測試又分為廣告活動前的前測 (pretesting) 與廣告活動後的效果測試 (posttesting)，前測主要測量廣告宣導製作物，受測眾理解度與接受度的情況，以掌握廣告效果並避免播出時的風險；後測的施行，主要在測量播出或完成的廣告是否能達到預期的目標，並做為日後修改的參考。由於文案測試是最常用的廣告效果評估方法，美國廣告研究團體於 1982 年制定九項文案測試原則，簡稱 PACT (Positioning Advertising Copytesting) 作為施測時的規範，這九項原則包括那些要點？(本題二十五分)

命題委員：

089

(發章)

96

年 3 月

日

命題紙使用說明：1. 試題將用原件印製，敬請使用黑色墨水正楷書寫或打字 (紅色不能製版請勿使用)。
2. 書寫時請勿超出格外，以免印製不清。
3. 試題由郵寄遞者請以掛號寄出，以免遺失而示慎重。

考試科目	公共關係學	所別	52.526 應試	考試時間	3月18日 星期日	第四節
------	-------	----	--------------	------	--------------	-----

一、簡答題 (20%):

1. 何謂 Third-Party Endorsement (8%) ? 試從公關實務操作角度，舉一例說明之 (7%)。
2. 跨國企業 ABC 之台灣分公司在今年初更換了總經理，ABC 台灣分公司的公關部負責向媒體發稿，介紹新任總經理。從訊息規劃的角度而言，除了一般通稿之外，若欲提供更詳細之資訊，還需要準備另外一種型態的新聞資料，從公關的角度而言，這類的新聞資料稱之為何 (5%) ?

二、申論題 (30%):

1. 台灣本土企業 XYZ 近年來以生產高品質的平面電視為主，在台灣、中國銷售成績不錯。今年 XYZ 砸下鉅額行銷預算 (包含購買廣告、店頭促銷等)，準備進軍東南亞，並希望能在當地永續經營，成為領導品牌。身為 XYZ 公關部經理的你，奉命與行銷部門互相配合。試寫一份備忘錄給公司最高決策者，內容需包含：
 - A. 從平面電視的特色出發，哪些公關技巧或策略可運用於產品行銷？ (8%)。
 - B. 若 XYZ 欲在東南亞永續經營，則可效法跨國企業維持品牌形象及知名度之作法。請具體列出這些作法，並說明其預期效益為何 (7%) ?
2. 台灣並無公關專業倫理規範之明文規定，因此本地產學界在討論此一議題時，係以美國公共關係協會 (Public Relations Society of America, 又稱 PRSA) 制訂的規範為依歸，以下有三類情形，試(1) 判斷是否合乎 PRSA 規範？(2) 若不合乎規範，則可能觸犯了哪些原則呢？
 - A. 你是廣告所研究生，暑假時與企管系同學組成一個企畫小組參加 A 牌保養品公關提案競賽，同時你也進入 B 牌保養品公司公關部門實習 (5%)。
 - B. 你擔任香煙公司公關部門企畫人員 (5%)。
 - C. 你向業主兜售置入性行銷，保證新聞露出時間長度 (5%)。

三、有學者認為現在是整合行銷傳播的時代，所以公共關係是行銷傳播的工具之一，(1)請問你是否同意此說？並請說明理由。(2)不論你同不同意上述學者說法，請說明在整合行銷傳播當中，公共關係可以如何凸顯自身價值？ (25%)

四、假設你是一位公關顧問公司的研究員，對於如何評估公關效果自然有相當的一套看法。請你由公共關係的各種概念以及理論 (包含公關理論以及傳播理論)，評論下一頁登於 2007 年 2 月 26 日中國時報 B4 消費版的一則有關電燈泡的消費新聞。並說明何以由這些概念以及理論進行評估 (分析之角度請勿僅限於單則之媒體曝光)。(25%)

考試科目	公共關係原理	521.526 所別	廣告	考試時間	3月18日 星期日	第四節
------	--------	---------------	----	------	--------------	-----

生活新聞

http://news.chinatimes.com
CHINA TIMES

74%消費者：改善照明能帶來溫馨氣息
市售燈泡良莠不齊 選購時可別貪小失大

營造幸福感

亮不亮有關係

■馮景青／台北報導

根據市場調查，台灣家庭照明消費者選購省電燈泡的已突破8成，達到81%，傳統日光燈僅剩下9%；值得憂慮的是省電燈泡的品質良莠不齊，6成以上的消費者，半年就更換一次家中的燈泡。

飛利浦照明部門今年2月針對600名25歲到40歲的消費者所做的「居家照明總體檢」調查發現，消費者目前家中光源的設施重點是不同空間有不同照明需求，消費者認為臥

室、玄關、餐廳最適合採用黃色光源；書房、工作間、廚房、客廳則適合採用白色光源。

除了清掃外，74%的受訪者認為改善家中照明光源，最可以給家中帶來溫馨氣息或煥然一新的感覺。62%的消費者對照明的要求，不只是亮而已，還要依空間改變、希望能營造幸福感。

消費者在選用省電燈泡時，最為重視省電效能86%，其次為燈泡壽

命68%、價格便宜47%。但是多數消費者對於家中照明電費佔全部電費的比例是多少不清楚。

受訪者更換燈泡的原因大都是燈泡老舊損壞76%。多久更換一次燈泡？半年的最多38.2%，3個月的其次23%，一年以上的約有2成，19.7%，不知道的有17.5%，一個月的有1.7%。

對於未來家中照明光源最期待的前3項分別為：能夠保護家人眼睛的

健康、更為省電的產品，以及營造溫暖柔和的室內氣氛；受訪者期待未來的居家照明能夠營造幸福感。

飛利浦產品經理潘詠誼指出，品質良好的省電燈泡使用壽命達到6千小時，以每日點燈7小時計算，大約可使用2年半。但目前市面上市省電燈泡品質良莠不齊，在賣場售價從49元起至180元間，有些品質不好的燈泡，以低價促銷，使用3個月之後即會發生光衰；甚至故障。



▲在客廳加添立燈，可以讓補救中客廳均量照明的不足。

國立政治大學圖書館

備 考試 題 隨 卷 繳 交

命題委員：

091

(簽章) 96 年 2 月 26 日

- 命題紙使用說明：
1. 試題將用原件印製，敬請使用黑色墨水正楷書寫或打字（紅色不能製版請勿使用）。
 2. 書寫時請勿超出格外，以免印製不清。
 3. 試題由郵寄遞者請以掛號寄出，以免遺失而示慎重。