

|      |      |    |    |      |            |
|------|------|----|----|------|------------|
| 考試科目 | 傳播理論 | 所別 | 廣告 | 考試時間 | 月 日 上午 第 節 |
|      |      |    |    |      | 星期 下       |

一、所謂「線性傳播」與「儀式性傳播」的主要論述有何差異？以下為一則今年國民黨直選黨主席的政治廣告，試從前述線性傳播與儀式性傳播的模式中，各選出一相關的傳播理論，分析此傳播訊息在閱聽人的解讀中所扮演的角色。(本題 25 分)



二、近來青少年嗑藥（例如快樂丸、搖頭丸等）問題屢屢登上社會新聞版面，試就此議題，回答下述各子題：

- (一) 假設相關政府或民間單位欲藉由公益廣告以呼籲大眾注意此議題。試從理論的觀點，選擇一特定目標受眾、適當的傳播管道，說明應如何設計一可有效達到上述目的的訊息內容（即以一則公益廣告為例）；
- (二) 又，我們如何從理論的觀點，說明青少年嗑藥的新聞報導在閱聽人訊息解讀活動中所扮演的角色？試選擇一適當傳播理論分析之。
- (三) 就此議題言，前述兩種傳播方式（公益廣告 vs. 新聞報導）有何異同點？試比較之。

(本題 25 分)

國立政治大學圖書館

|      |      |    |     |      |        |       |     |
|------|------|----|-----|------|--------|-------|-----|
| 考試科目 | 傳播理論 | 所別 | 廣告所 | 考試時間 | 月 日 星期 | 上午 下午 | 第 節 |
|------|------|----|-----|------|--------|-------|-----|

三、要回答這兩個題目，請注意作答時間安排。

1. 請試作一份上課主題為「大眾媒體傳播效果與典範變遷」的課程綱要，細節如下：

- 開課年級與課名：台灣 XX 大學傳播學院大四必修課「大眾傳播理論」
- 主題：大眾媒體傳播效果與典範變遷
- 該主題上課時數：3 小時

在這份課程綱要中，請明列：

1) 「大眾媒體傳播效果與典範變遷」主題下所涵蓋的次主題為何？相關的理論與研究者為何（5 分）？請列出「指定閱讀」（或「參考閱讀」）書目（如書名、作者、篇名等文獻資訊）？（5 分）

2) 請針對指定（或參考）閱讀的理論重點，進行簡要說明（15 分）。

2. 這是一個有關「創新傳佈」(diffusion of innovations)的題目，請回答以下兩個主要問題：

1) 「創新傳佈」的主要研究者（或研究群）與相關論述為何（10 分）？

此理論應用在大眾傳播(mass communication)與人際傳播(interpersonal communication)相關主題的研究發現為何？（5 分）

2) 如果你（妳）接受某單位或某企業委託，欲宣傳一個新的觀念或新的產品，請以「創新傳佈」概念為基礎，試擬一份簡單企劃案。（在企劃案書寫之始，請清楚說明你例中所欲宣傳的新觀念或新產品為何）（10 分）

|      |     |    |     |      |                            |
|------|-----|----|-----|------|----------------------------|
| 考試科目 | 廣告學 | 所別 | 廣告所 | 考試時間 | 4月22日(土)<br>星期日 下午 十 第 一 節 |
|------|-----|----|-----|------|----------------------------|

一、今年廣告雜誌選出了 2000 年十大行銷個案（廣告雜誌，2000 年 4 月）。分別為 520 競選活動、滾石唱片五月天、什麼玩意兒、多分乳霜系列產品、誠泰銀行信用卡、DTC（The Diamond Trading Company）煽動系列、奇摩站、Palm（PDA）、諾基亞手機、台灣鐵路管理老企業新生。請問：

（一）、根據您個人的觀察，請歸納說明在這些行銷案例中，廣告所扮演的角色與功能為何。（請你先作整合歸納，勿按品牌逐一說明）（十分）。

（二）、這些「商品」中有些是消費性商品，有的是候選人，有的是服務。請問在幫此三類「商品」做行銷推廣時，會有什麼差別性的考量。（十分）

（三）、請你針對這三類不同「商品」各提出一個既存的廣告相關理論模式來闡述廣告暴露與說服產生的過程。並說明這些理論的基本意涵與論點為何，以及為何選擇某一理論解釋某一類「商品」的理由（十二分）。

（四）、然而過去相關理論仍有欠缺，請你以過去廣告相關理論與模式為基礎，針對這三類不同商品各發展出一個新的理論模式來說明從廣告暴露到廣告效果產生的過程。別忘了閱聽眾不是在真空狀態下處理廣告訊息，所有重要的相關變項與干擾因素請在思考模式時一併考量。本題請以圖示配合說明的方式回答（缺一不可）。（十八分）

|      |    |    |    |      |                       |
|------|----|----|----|------|-----------------------|
| 考試科目 | 國語 | 所別 | 國語 | 考試時間 | 4月22日(上) 星期 日 下午第 1 節 |
|------|----|----|----|------|-----------------------|

國立政治大學圖書館

二、個案分析題

戴銳斯 (durex) 是全球唯一國際性品牌，也是銷售最高的保險套品牌，在台灣亦是所有品牌保險套中的領導者（衛生所保險套不在其中），擁有二成以上的市場佔有率，在品牌知名度方面高達 92%（提示後）與 41%（未提示），亦遠遠領先其他品牌。

根據研究顯示，國人過去一年中最常使用的避孕方式便是保險套（69.3%），再來是子宮環（6.8%）和口服避孕藥（4.2%），不避孕的比例亦高達 16.0%。其中，青少年之中高達 49% 從事性行為者未採任何避孕措施，原因以：來不及、嫌麻煩、影響性趣為主；在大學生之中，85% 的人表示會採取避孕措施，其中更有七成表示會以保險套來避孕，選擇的方式以：效果佳、取得方便、副作用低為主；在成年人之中，經常或偶爾使用保險套的人口佔 48.4%，從不使用保險套的比例為 79.6%，使用原因以避孕為主，不使用原因則是：隔離感、影響性趣。

雖然戴銳斯的品質佳，符合所有國家的品管標準，但是其價格也較高，其他品牌的低價促銷自然會影響其正常銷售，尤其戴銳斯是一進口商品，面對國內市場的高度競爭，行銷成本節節攀升，未來對銷售將更為不利。

為此，戴銳斯將希望在價格調漲的同時，推出新的推廣計畫，希望保住目前領先的市場地位，以下便是一些企畫建議：

(A) 舉辦青少年性學講座來教導年輕人正確的性知識及防禦措施，避免造成無法彌補的遺憾並在情人節、聖誕節時，於台北市熱鬧的街頭舉辦活潑的派樣活動 (sampling)。

(B) 加強個人商店、連鎖藥房與便利商店的 POP 陳列，同時增加有線電視的廣告投資量，特別是夜間時段的廣告。

- (一) 請你針對這二個建議，分別回溯各個建議可能達成的 **目標** 以及可觸及的 **目標對象** 為何？ 20%
- (二) 您認為應該設定的 **目標** 與 **目標對象** 為何？ 10%
- (三) 在三者之中，您會選擇哪一個方案？請說明，並較為細節的描述您會如何規劃並執行這個案子。 10%
- (四) 針對您所選擇的方案，您認為還需要補充哪些背景資料，方可充分掌握評估企畫效益？（請僅針對所需資料提出補充要求而非越多越好） 10%