

世新大學九十九學年度碩士班招生考試試題卷

第 1 頁共計 2 頁

系所組別	考試科目
公共關係暨廣告學系	公共關係學及廣告學

※本考題 可使用 禁止使用 簡易型電子計算機

※考生請於答案卷內作答

1.

請問什麼是「結構—功能論」？哪些公共關係理論屬於「結構—功能論」？ 25%

2.

1974 年全球首座「麥當勞叔叔兒童之家」於美國費城成立，主要幫助遠距就醫的弱勢兒童及其家庭，在往返就醫的過程能有個「出門在外的家」，不僅能減少長途奔波的辛勞，更能有效提升小朋友的治癒率。據統計，台北市大型醫學中心約有 2,800 位弱勢兒童。台灣「麥當勞兒童慈善基金會」於 2007 年 4 月啟用的「麥當勞叔叔兒童之家」，即以服務大台北地區的醫療中心為主。這間台灣首座的「麥當勞叔叔兒童之家」，一樓設置了簡易廚房、洗衣區、休憩區和兒童遊戲閱覽區。二樓除了休憩區與盥洗室之外，共規劃了八間典雅舒適的房間，每個房間都有子母床及獨立空調，避免交叉傳染，每個房間可容納 3-4 個人家庭居住，每間房間每晚房費為新台幣二百元。未來「麥當勞兒童慈善基金會」希望能在全台各地設立兒童之家，幫助更多國內外就醫的弱勢兒童，符合資格的中、低收入戶兒童及其家庭皆可向「麥當勞兒童慈善基金會」提出申請。

「麥當勞叔叔兒童之家」的宗旨在為就醫治療重病兒童的家人提供一個臨時家的園。請以「麥當勞兒童慈善基金會」工作人員的立場，寫一封發佈到網路上的募款信。25%

轉後頁

系所組別	考試科目
公共關係暨廣告學系	公共關係學及廣告學

※本考題 可使用 禁止使用 簡易型電子計算機

※考生請於答案卷內作答

3.

新網路科技不斷推進，同時也帶動廣告與行銷傳播本質上的改變。其中一項重要的改變是消費者擁有創製訊息的能力與主控權，「使用者創製內容」(user-generated content, UGC)也因之成為影響廣告效果的因素之一。現請依以下特定子題所要求，詳述並闡明你/妳的想法。(總分 25 分)

- 定義「使用者創製內容」概念 (5 分)
- 列舉三種「使用者創製內容」類型，及其在廣告傳播上的應用 (各 4 分)
- 「使用者創製內容」所引發的廣告效果及影響機制 (8 分)

4.

影響說服傳播的因素多元且複雜，但大致可被歸納為傳播者、訊息、閱聽人及傳播管道等四種影響因素類別。以下針對廣告說服傳播，舉出五種特定的對比操作手法與情境；現請就你/妳所知及看法，一一檢視各操作手法或情境，並回應以下提問：(1)辨識所可能涉及的說服影響因素類別，(2)比較廣告效果之差異，並(3)探討影響的機制。(總分 25 分；以下各題項，各以五分計)

- 比較素人(消費者)、名人、廣告主宣示三種廣告操作手法
- 比較告知式、編輯式兩種廣告操作手法
- 比較社群媒體、大眾媒體(包括平面、電視)兩種廣告傳播情境
- 比較“推”策略(push)、“拉”策略(pull)兩種廣告操作手法
- 比較廣告識讀專家、生手兩種廣告傳播情境