

世新大學 101 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

一、(本題有二個子題，第一子題佔 10 分，第二子題佔 15 分；合計 25 分)

著名的零食「乖乖」是許多消費者兒時記憶中很重要的零食。但隨著競爭商品的增加，「乖乖」也碰到市佔率降低的問題。因此近幾年推出新廣告，將消費目標對象轉往高中生，以年輕人流行的 COSPLAY (角色扮演) 為題，突顯出吃乖乖的高中生不會搞怪等。同時以創新的「造句包」為構想，發展出「做你自己才叫乖」的新訴求。

但是根據去年(2011 年)12 月 27 日各新聞媒體報導指出(以下摘要新聞敘述)，知名的「乖乖」公司販售逾期商品給荷亞商行，更改出廠時間後銷售。檢調在「乖乖」公司中壢廠查封了孔雀桶、玉米棒、捲心餅等過期食品。「乖乖」食品公司是否涉嫌將過期水果盤軟糖賣給商家，桃園縣政府衛生局今天繼續釐清生產流程；業者表示，僅負責生產與銷毀，不清楚業務端，但會全力配合調查。

請你根據 (1)品牌再造的理論角度，詮釋你對乖乖新廣告策略的看法。(10%) (2)當「乖乖」面對過期商品事件的衝擊後，你會對該產業提出什麼樣的廣告企劃與策略建議案？(15%)

二、(本題有三個子題，第一子題佔 5 分，第二子題佔 10 分，第三子題佔 10 分，；合計 25 分)

恐懼訴求一直是廣告表現的重要策略之一，(1)請問何謂恐懼訴求？(5%)；(2)請用二則實例說明恐懼訴求的表現？(10%) (3)請用理論的角度，闡述恐懼訴求能產生廣告效益的原理。(10%)

轉後頁

世新大學 101 學年度碩士班招生考試試題卷

第 2 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

三、組織與公眾(publics)的關係，以台灣麥當勞公司為例，回答以下問題。

(1)你用什麼觀念來分類組織與公眾的關係？分為那幾種類別？各類別包括那些對象？(10%)

(2)當環保署推動廢棄物源頭減量管理措施，限制使用塑膠類（含保麗龍）免洗餐具，你認為麥當勞從企業經營者立場回應這項措施時，會如何排序(priority)它的溝通對象？只需排序出前五名，請詳細說明理由。(15%)

四、根據聯合報 2011.01.27 報導，鴻海科技集團的尾牙，周日在花博大佳園區登場，當天將有三萬五千名鴻海員工參與，每位員工發五百元餐券和 4 張花博門票，可以在花博園區內挑自己喜歡的台灣小吃，讓園區內的攤販充滿期待。為了做公益，鴻海當天會搭 3 個帳篷區，邀請各地社福單位、身心障礙庇護工場及原住民文創產業等團體一塊來擺攤，全數義賣收入將捐給設攤的社福機構和庇護工廠。花博強調，除了鴻海員工外，當天花博的遊客也可以參加，但須購買園遊券，分為一百元、五百元兩種，現場認購五百元券，可以參加整點摸彩，SONY 液晶電視、i Phone 4、ipad 等一千三百二十個大獎供民眾摸彩。

請根據這則報導回答以下問題

(1)從這個活動，你想到那些觀察的角度，評述之。(10%)

(2)請運用你認為最適合的五個與公關相關的概念，討論這個活動。(15%)