

中華電信股份有限公司所屬機構 102 年從業人員(基層專員)遴選試題

遴選類別【代碼】：業務類專業職(四)第一類專員【E5815】

專業科目：(1)傳播概論 (2)行銷學

請填寫入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卡(卷)、入場通知書編號、桌角號碼、應試類別是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。
②本試卷為一張雙面，測驗題型分為【四選一單選擇題 60 題，每題 1 分，合計 60 分】與【非選擇題 4 題，每題 10 分，合計 40 分】。
③選擇題限以 2B 鉛筆於答案卡上作答，請選出最適當答案，答錯不倒扣；未作答者，不予計分。
④非選擇題限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，並請從答案卷內第一頁開始書寫，違反者該科酌予扣分，不必抄題但須標示題號。
⑤請勿於答案卡(卷)書寫應考人姓名、入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。
⑥應考人僅得使用簡易型電子計算器(不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能)，但不得發出聲響；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算器放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該科扣 10 分；該電子計算器並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
⑦答案卡(卷)務必繳回，未繳回者該科以零分計算。

壹、四選一單選擇題 60 題 (每題 1 分)

【2】1.下列何者之研究內涵不是美國效果研究取向的重點？

- ①傳播對行為影響
- ②傳媒對意識形態影響
- ③行政研究取向
- ④商業應用取向

【2】2.依班奈特(T.Bennett)對傳播理論之分類，下列何者認為「大眾傳播媒介的發展會威脅到精緻文化和民主的活力」？

- ①法蘭克福學派
- ②大眾社會理論
- ③自由多元派理論
- ④意識形態理論

【2】3.傳播效果論中的子彈理論與下列何者內涵相同？

- ①不確定理論
- ②刺激反應論
- ③煙霧理論
- ④大樹理論

【1】4.討論議題建構時，就議題類別來說，所謂第一類議題所指為何？

- ①與每一個人都息息相關的議題
- ②與個人部分相關議題
- ③與個人距離遙遠議題
- ④八卦性議題

【1】5.幫某人貼上黑標籤，係屬下列哪一種宣傳手法？

- ①咒罵法
- ②粉飾法
- ③轉移法
- ④堆牌法

【2】6.«大家都愛台灣，如果你不愛台灣，就遜斃了!»此屬於下列哪一種宣傳手法？

- ①堆牌法
- ②樂隊車法
- ③轉移法
- ④粉飾法

【3】7.狄卡圖研究(Decatur study)用以測定「意見領袖」之研究層面，下列何者非屬之？

- ①社經地位
- ②社會接觸
- ③個人差異
- ④生命週期的位置

【3】8.創新傳播要成功，須注意訊息內容之哪種特質，方能有效？

- ①正當性
- ②常態性
- ③相對利益
- ④價格

【1】9.羅吉斯(Rogers)認為創新傳佈過程中主要有四項元素，下列何者非屬之？

- ①權力
- ②新事物
- ③傳播管道
- ④社會體系

【4】10.下列何者不是沉默螺旋理論的內涵？

- ①人們會害怕被孤立
- ②說與不說與個人判斷外在主流意見有關
- ③媒體意見常被視為是主流意見
- ④社會有很多死硬派者

【1】11.下列何者為假事件特質？

- ①刻意製造出來的新聞
- ②相較於真的新聞而言比較無趣
- ③閱聽人容易分辨真假
- ④絕對不會變成真的

【2】12.卡通名偵探柯南說：「事實的真相只有一個」，其所稱「真相」指的是：

- ①主觀真實
- ②客觀真實
- ③符號真實
- ④媒體真實

【1】13.下列何者對「主動閱聽人」的敘述是錯誤的？

- ①很容易受影響
- ②功利性
- ③受動機引導
- ④反映興趣

【3】14.資訊展的 show girl 宣傳運用，屬下列哪種宣傳手法？

- ①堆牌法
- ②樂隊車法
- ③轉移法
- ④粉飾法

【4】15.下列何者不是閱聽人商品化的內涵？

- ①閱聽人是傳媒商品
- ②傳媒把收視率當商品賣
- ③閱聽人收看時就在幫媒體工作
- ④閱聽人接收訊息後愛買商品

【4】16.守門人理論認為記者撰寫新聞受何者之影響？A.報社老闆；B 同僚；C 組織管理

- ①僅 A、B
- ②僅 B、C
- ③僅 A、C
- ④A、B、C

【1】17.美國水門案為何在選後造成尼克森總統下台？

- ①媒體持續飽和的報導
- ②尼克森發言失當
- ③尼克森與媒體交惡
- ④社會議題太多

【3】18.有關「涵化理論(The Cultivation Theory)」的敘述，下列何者錯誤？

- ①又被稱為文化指標研究
- ②提出該理論的學者是 Gerbner,G.
- ③屬媒介短期效果研究
- ④媒體建構閱聽人的世界觀

【2】19.提出「知溝理論(Knowledge Gap Theory)」的學者是誰？

- ① Tuchman,G.
- ② Tichenor,P.J.
- ③ Turner,J.
- ④ Tunstall,J.

【3】20.就所有權結構探討媒體壟斷，屬於哪一學派的研究取向？

- ①功利主義
- ②商業主義
- ③政經學派
- ④文化學派

【4】21.立場藍、綠兩黨鮮明的閱聽人收看政論性節目不會有下列哪項效果？

- ①選擇性接觸
- ②選擇性記憶
- ③選擇性理解
- ④平衡性分析

【1】22.下列對文化研究之敘述，何者錯誤？

- ①進行文本的量化內容分析研究
- ②進行文本的意義分析
- ③探討媒體再現
- ④研究起源於英國

【1】23.某食品公司找了張君雅小妹妹拍食品廣告，請問屬於下列哪種宣傳手法？

- ①平民法
- ②樂隊車法
- ③轉移法
- ④咒罵法

【4】24.關於「熱媒介」，下列敘述何者正確？

- ①提供少量資訊
- ②訊息不好想像
- ③媒體摸起來熱熱的
- ④人們參與程度很淺

【2】25.現行口碑傳播與傳播理論中哪一個研究相關？

- ①沉默螺旋論
- ②創新傳播
- ③涵化理論
- ④知溝理論

【4】26.下列何者不是「大眾傳播」之內涵？

- ①透過媒體
- ②閱聽人彼此不知道彼此
- ③傳播效果事後方知
- ④閱聽人集中於一定場所

【1】27.下列哪一種傳播的回饋性最高？

- ①人際傳播
- ②組織傳播
- ③公眾傳播
- ④大眾傳播

【1】28.傳播效果中所謂取代性參與，所指的意思是：

- ①透過觀看有感同身受的感覺
- ②學習媒體訊息行為
- ③看完訊息又強化自己行為
- ④從訊息中獲得行為線索

【4】29.下列何者與使用與滿足理論無關？

- ①受眾(Audience)是主動的
- ②使用媒體與動機有關
- ③媒體需滿足閱聽人
- ④閱聽人是被動的接收

【4】30.下列哪一項不是影響記者專業自主的因素？

- ①組織管理
- ②政府政策
- ③專業訓練
- ④媒體屬性(平面/電子)

【2】31.透過交換過程以滿足顧客需要的活動，稱之為：

- ①生產
- ②行銷
- ③研發
- ④投資

【4】32.一般行銷策略規劃常用的 SWOT 分析，其中的「T」是指：

- ①優勢
- ②劣勢
- ③機會
- ④威脅

【1】33.組織對於過去曾經購買的產品，再一次向同一個供應商購買，這種購買型態稱為：

- ①直接再購
- ②修正再購
- ③全新購買
- ④全球採購

【2】34.產品、定價、通路、推廣，四者合稱為：

- ①行銷目標
- ②行銷組合
- ③行銷控制
- ④行銷溝通

【3】35.目標市場行銷可分為 STP 三步驟，其中「P」是指：

- ①市場區隔
- ②選擇目標市場
- ③定位
- ④促銷

【4】36.新產品開發過程中，上市前的最後一個步驟是：

- ①構想產生
- ②概念發展
- ③產品測試
- ④試銷

【4】37.下列何者是影響消費者決策的社會文化因素？

- ①動機
- ②所得
- ③性別
- ④社會階級

【2】38.產品特地訂定高價，以使消費者覺得產品具有較高的聲望或品質，這種定價法稱為：

- ①畸零定價
- ②名望定價
- ③滲透定價
- ④促銷定價

【1】39.旅行社在旅遊淡季時以破盤價推出低價團刺激買氣，此屬於何種促銷定價方式？

- ①季節折扣
- ②現金折扣
- ③換購折讓
- ④數量折扣

【請接續背面】

【1】40.市面上大部分的新產品是在現有產品上作局部的改變，且不涉及產品基本功能的變動。這是屬於何種創新？

- ①連續性創新
- ②動態連續性創新
- ③非連續性創新
- ④服務創新

【1】41.某公司為 X 產品擬定的行銷計畫指出：「希望 X 產品明年度銷售達到 2 萬台，營業額達到 2 億元」，這屬於行銷計畫的哪一項目？

- ①行銷目標
- ②行銷策略
- ③行動方案
- ④行銷情勢分析

【2】42.某電信業者推出「學生限定」的通話 + 行動上網優惠專案，這是何種區隔設計？

- ①地理區隔
- ②人口統計變數區隔
- ③心理統計變數區隔
- ④反應層級區隔

【3】43.在組織購買過程中負責與供應商洽談和簽約的人，稱為：

- ①發起者
- ②把關者
- ③購買者
- ④使用者

【1】44.進行市場區隔的前提是市場需求具有：

- ①異質性
- ②同質性
- ③無形性
- ④回溯性

【2】45.廠商設計不同的產品和行銷組合，進入兩個或兩個以上的市場，稱為：

- ①集中行銷
- ②差異化行銷
- ③無差異行銷
- ④利基行銷

【1】46.最適合便利品的配銷方式是：

- ①密集式配銷
- ②獨家式配銷
- ③選擇式配銷
- ④垂直式配銷

【2】47.在消費當或過後便能夠加以判斷其品質的屬性，稱為：

- ①搜尋屬性
- ②經驗屬性
- ③信任屬性
- ④外部屬性

【4】48.某保養品業者長年實施「空瓶回收可折抵消費金額」活動，這是符合下列何種觀念？

- ①產品觀念
- ②生產觀念
- ③銷售觀念
- ④社會行銷觀念

【1】49.根據期望落差模式(expectation disconfirmation model)，顧客在下列何種情況時會感到滿意？

- ①產品表現超越預期
- ②產品表現低於預期
- ③與其他顧客付出相同金錢，得到品質較差的產品
- ④比其他顧客付出較多金錢，得到品質相同的產品

【3】50.在服務三角形中，「互動行銷」指的是哪二者之間的行銷活動？

- ①組織與顧客
- ②組織與員工
- ③員工與顧客
- ④股東與顧客

【1】51.廣告管理的 5M 是指廣告任務或目的、廣告訊息、廣告效果、廣告預算及：

- ①媒體
- ②觀眾
- ③廣告訴求
- ④廣告公司

【3】52.下列何者是企業建立公共關係的方式？

- ①電話行銷
- ②電視購物
- ③贊助公益活動
- ④買一送一

【2】53.下列有關行銷觀念(marketing concept)的敘述，何者正確？

- ①以製造廠商為出發點
- ②焦點在於顧客需要
- ③以強勢推銷為主要手段
- ④利潤來自銷售量極大化

【4】54.有些銀行延長服務時段至晚間 7 點，這為消費者創造了何種效用？

- ①形式效用
- ②資訊效用
- ③地點效用
- ④時間效用

【3】55.下列何者所販售的產品組合廣度(width)最窄？

- ①百貨公司
- ②超級市場
- ③專賣店
- ④大賣場

【3】56.文具製造廠商將產品賣給中盤商，再由中盤商配銷至書局，書局再出售給消費者。這種通路型態屬於：

- ①零階通路
- ②一階通路
- ③二階通路
- ④三階通路

【4】57.蘋果電腦在 2005 年中決定停產 40GB iPod Photo，但仍保留功能相近而機體較薄的 30GB iPod。此項決策稱為：

- ①向上延伸
- ②雙向延伸
- ③產品線填補
- ④產品線縮減

【2】58.根據 BCG 模式，高市場占有率和高市場成長率的事業單位稱為：

- ①問題事業
- ②明星事業
- ③金牛事業
- ④老狗事業

【4】59.某飲料的製造單位成本是 10 元，製造商加成 20% 賣給批發商，批發商依進價加上 25% 成本加成作為批發價，零售商再依批發價加上 40% 作為零售價。請問該飲料的零售價格是多少？

- ① 12 元
- ② 15 元
- ③ 18 元
- ④ 21 元

【3】60.下列有關郵寄調查、電話調查、人員調查的比較敘述，何者正確？

- ①郵寄調查之單位成本最高
- ②人員調查可蒐集到的資訊量最少
- ③電話調查之資料回收時間最快
- ④電話調查所能涵蓋的區域範圍最小

貳、非選擇題二大題（每大題 10 分）

題目一：

近年來「微電影」傳播成為感動行銷的利器，請舉出一部您所知道的「微電影」分析其行銷傳播的策略與特點。【10 分】

題目二：

請舉出一個您認為行銷傳播失敗的案例，並說明其失敗之處為何？【10 分】

題目三：

推廣策略可分為「推的策略」(push strategy)與「拉的策略」(pull strategy)兩種。請分別說明兩者之要點及常用的推廣工具。【10 分】

題目四：

請以智慧型手機為例，簡述消費者購買決策過程的五個階段。【10 分】