

中華電信股份有限公司所屬機構 103 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【F3108】

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、四選一單選選擇題 60 題 (每題 1 分)

【2】1.某科技企業收購廣播媒體、有線電視、唱片公司及電影院，請問就所有權管來說，屬下列哪個類型？

- ①垂直整合 ②水平整合 ③雙邊整合 ④多元管理

【2】2.下列何種敘述不是「假事件」特點？

- ①人為製造出來的事件 ②常不具新聞價值
③有時會弄假成真 ④常更吸引閱聽人

【2】3.透過記者攝影鏡頭報導出來的新聞事件是：

- ①客觀真實 ②符號真實 ③主觀真實 ④永恆真實

【3】4.為節省開支，新聞媒體會用的策略，下列敘述何者錯誤？

- ①集中報導少數城市之少數機構或議題 ②新聞變成商品販售
③強化深入性故事報導 ④人盡其用

【2】5.若說記者只是傳聲筒，是指：

- ①此記者具專業，能忠實表達新聞價值 ②此記者無專業，任消息來源擺佈
③此記者很真誠，忠實再現報導 ④此記者聲音很假，都透過麥克風說話

【3】6.下列哪個陳述與媒體霸權產生無關？

- ①新聞從業人員的社會化 ②新聞從業人員的意識型態
③媒體內容具弱勢關懷 ④媒體內容捍衛主流價值

【4】7.傳播效果論中所謂的「皮下注射」效果與下面哪一個意思不同？

- ①魔彈論 ②大效果論 ③刺激反應論 ④中效果論

【4】8.電視劇演小三惡劣欺負大老婆戲碼，小花邊看邊罵小三，若依 Hall 的解讀類型來說，屬哪一類解讀？

- ①劣勢解讀 ②協商解讀 ③對立解讀 ④優勢解讀

【2】9.提出意見領袖的傳播學者為何人？

- ① Hovland,P. ② Lazarsfeld,P. ③ Lasswell,P. ④ Lippman,W.

【4】10.媒體報導立法院通過了個資法，透過大版面報導並強調該法對資訊安全的影響，請問就議題設定論效果模式來說，不存在下列哪種類型效果？

- ①優先模式效果 ②知曉模式效果
③顯著模式效果 ④預知模式效果

【2】11.資訊展運用正妹進行活動宣傳，請問屬於哪一種宣傳技術的運用？

- ①粉飾法 ②轉移法 ③堆牌法 ④樂隊車法

【4】12.某人運用一句驚悚、誇大標題，於網路散佈某產品含輻射，請問下列哪一選項不是行銷效果討論的重點？

- ①運用謠言造成恐慌效果
②運用網路擴散達到病毒行銷效果
③運用負面新聞卡位市場
④運用事實，主持社會正義

【1】13.縣市長選舉，候選人控對方醜聞，此屬於下列何種宣傳手法？

- ①咒罵法 ②轉移法 ③堆牌法 ④粉飾法

【3】14.當我們說記者寫新聞會受到媒體組織影響時，與下列哪個理論內涵有關？

- ①認知不和諧論 ②沉默螺旋論
③守門人論 ④創新傳播論

【4】15.媒體霸權論中所指的國家機器不包含下列何項意涵？

- ①家庭 ②教堂 ③司法機關 ④同儕

【3】16.閱聽人會按照其需求動機，選擇媒體內容，屬於下列哪個理論討論之基礎？

- ①涵化理論 ②議題設定論
③使用與滿足理論 ④媒體霸權論

【2】17.媒體大量報導藝人「事業線」對女藝人影響，請問就新聞學來說，媒體可能犯的錯誤為何？

- ①貶抑男性 ②物化女性 ③階級再現 ④種族再現

【4】18.廣告商通常會運用哪些方法介入新聞？ A.買新聞 B.買記者 C.置入性行銷

- ①僅 A、B ②僅 B、C ③僅 A、C ④ A、B、C

【1】19.下列何者不是市場導向對新聞產生的衝擊？

- ①具新聞價值的新聞充斥版面
②新聞內容充滿軟性新聞題材
③大眾興趣成為新聞主流
④公眾議題被忽略

【2】20.「有錢的人聲音最大」，放在媒體報導係指：

- ①媒體大量報導弱勢團體，讓有錢人氣得大聲說話
②媒體近用權有利有錢人
③有錢人喜歡大聲對媒體說話
④有錢人說話音量大於沒錢者

【2】21.下列何項敘述不是「傳播」的通性？

- ①傳播具心理治療性 ②傳播非普遍存在
③傳播有內容層面 ④傳播有關係層面

【3】22.下列何項敘述不是組織傳播的內涵？

- ①係指在一組織架構內進行傳播
②具一定規範
③不具任務導向
④著重於組織內部協調與聯繫

【3】23.當新聞議題報導從另類媒體擴散到主流媒體時，我們可以說它是：

- ①議題的變動效果 ②議題天花板效果
③議題溢散效果 ④議題的感知效果

【2】24.下列何者提出媒體的「回響效果」(resonance)概念？

- ① Gitlin,T. ② Gerbner,G. ③ Golding,P. ④ Goldman,K.

【1】25.下列何項敘述對台灣人來說，為議題建構論所指之「第一類議題」？

- ①油價上漲 ②犯罪率 ③四川地震 ④越勞問題

【1】26.下列何項敘述不是「沉默螺旋論」理論內涵？

- ①民眾不怕被孤立
②人類有「準統計官能」
③人們會看外在意見趨勢，選擇意見表達與否
④認為自己屬強勢意見一方，更願意表達

【3】27.提出「沉默螺旋論」理論是哪位學者？

- ① Murdock,G. ② Morley,D.
③ Noelle-Neumann,E. ④ Noetzel,D.

【4】28.下列何項敘述與媒體使用與滿足理論的基本假設無關？

- ①閱聽人使用媒體是有目的性
②閱聽人是主動的
③閱聽人基於某種滿足使用媒體
④媒體駕馭閱聽人

【3】29.政府推動改革創新，需注意該創新對閱聽人來說，要有下列何種內涵方有效果？

- ①一定難度 ②不能馬上上手
③有相對利益 ④與經驗價值不一致

【2】30.媒體新聞報導「草莓族工作效率低，抗壓性不夠」之新聞時，會存在什麼迷思？

- ①階級迷思 ②世代迷思 ③美醜迷思 ④性別迷思

【4】31.某金融機構提供服務給非營利的慈善團體、教會、大學，這些顧客是屬於：

- ①中間商市場 ②政府市場 ③消費者市場 ④機構市場

【4】32.下列何者最適合當組織市場的區隔變數？

- ①公司員工的意見
②總經理的態度
③公司採購主管的生活型態
④公司所屬產業別

【2】33.要刺激產品或服務的重複購買，以及讓顧客知道不久的將來會用到該產品與服務，最好是利用：

- ①強化式廣告 ②提醒式廣告 ③告知式廣告 ④說服式廣告

【1】34.下列何者為無店面零售？

- ①自動販賣機 ②便利商店 ③照相器材行 ④型錄展示店

【3】35.廣告的五個重要決策為：

- ①任務、動機、訊息、媒體、人
②任務、動機、媒體、人、衡量
③任務、金錢、訊息、媒體、衡量
④任務、金錢、人、媒體、衡量

【請接續背面】

- 【3】36.廠商將商品在電影或電視情節中出現，這種作法稱爲：
①搭售廣告 ②戶外廣告 ③產品置入 ④共同廣告
- 【3】37.銀行信用卡刷卡的累積點數是屬於：
①樣品派送 ②來店禮 ③常客方案 ④聯合促銷
- 【4】38.下列何者並非設計促銷活動方案的重要考量？
①促銷活動的參與者條件
②促銷活動的時機與期間
③促銷活動的誘因與規模
④促銷活動的心得與報告
- 【1】39.製造商運用銷售團隊、推廣方式來引導中間商的支持與協助推廣產品給最終使用者，這種策略稱爲：
①推式策略 ②拖式策略 ③拉式策略 ④拔式策略

- 【3】40.下列何者並非服務差異化的工具？
①訂購的容易度
②運送與安裝
③產品耐用性
④顧客諮詢與訓練
- 【3】41.產品處於成長階段，銷售量快速上升，購買者通常是下列何者？
①落後者 ②批准者 ③早期採用者 ④晚期採用者
- 【3】42.某金融機構銷售人員的薪酬包括底薪、獎金與紅利，這種制度爲：
①底薪制 ②佣金制 ③混合制 ④責任制
- 【2】43.某金融機構欲建立合理的銷售團隊規模，根據顧客分類，決定須拜訪與互動的頻率，來決定所需的銷售人員數，此方法爲下列何者？
①目標任務法 ②工作負荷法
③銷售百分比法 ④競爭對等法

- 【3】44.創新的採用程序爲：
①確認需求→收集資訊→評估可行方案→決策→購買後行爲
②確認研究問題→設計研究方案→收集資料→分析與匯總報告→決策
③知曉→興趣→評估→試用→行動
④開發審核→行前規劃→簡報與展示→克服異議→完成交易→後續工作與維繫
- 【3】45.當公司將產品運往國外的子公司時，必需訂定價格，稱之爲：
①參考價格 ②促銷定價 ③移轉定價 ④差別定價
- 【1】46.消費者對來自不同國家的品牌、產品有獨特的態度與信念，這是：
①原產國知覺 ②選擇性知覺
③認知失調 ④不確定的知覺

- 【3】47.企業在永續發展中提升消費者利益，致力友善環境與長期堅持，這是進行：
①漂白 ②染黑 ③漂綠 ④染色
- 【3】48.產品的最終用途、生產條件、配銷通路等的相關程度，稱爲：
①產品組合的深度 ②產品組合的長度
③產品組合的一致性 ④產品組合的寬度

- 【1】49.廠商經常推陳出新，以吸引消費者汰舊換新，此稱爲：
①產品線現代化 ②產品線特色化
③產品線刪減 ④產品線一致化
- 【4】50.某牌的登山外套在廣告促銷時，宣稱採用 GORE-TEX 的防水纖維，這種作法稱爲：
①旗艦品牌 ②私人品牌 ③經銷商品牌 ④成分品牌

- 【3】51.金融與法律服務是屬於：
①高搜尋品質服務 ②高經驗品質服務
③高信任品質服務 ④高抵制品質服務

- 【4】52.高速鐵路公司促銷離峰時段的車票，這是因爲服務業的：
①無形性 ②變動性 ③不可分割性 ④易逝性

- 【3】53.在提升服務業的效率上，廠商常要顧客共同生產，最好是利用：
①多雇用服務人員
②提升服務的品質
③利用自助服務科技
④多進行服務補救

- 【1】54.設法讓組織的全體員工在服務客戶時都具有人人行銷的觀念與行動，這是：
①內部行銷 ②外部行銷 ③互動行銷 ④整合行銷

- 【2】55.廠商根據不同顧客訂定不同價格，這是：
①心理定價 ②差別定價
③特殊事件定價 ④犧牲打定價

- 【2】56.某手機廠商設計出最高等級產品，認爲消費者喜歡功能特殊、效能高的手機，此爲：
①生產觀念 ②產品觀念 ③銷售觀念 ④行銷觀念

- 【3】57.全面行銷(holistic marketing)不包含下列哪一部份？
①內部行銷 ②關係行銷 ③渦輪行銷 ④績效行銷

- 【3】58.廠商聘用意見領袖或代言人，最好來自：
①初級群體 ②次級群體 ③仰慕群體 ④疏離群體

- 【2】59.謹慎招募 6-10 人，聚集以討論各種主題，此種作法稱爲：
①街道攔阻法 ②焦點團體法
③實地調查法 ④固定樣本法

- 【3】60.針對相同目標市場尋求相同策略的公司所成的集合爲：
①策略聯盟 ②策略網絡 ③策略群組 ④策略伙伴

貳、非選擇題四大題（每大題 10 分）

題目一：

某位候選人在選舉時被某周刊報導「關說」事宜，如果您受委託來化解此危機，請問就您所了解的傳播學理，將如何運用媒體來處理此問題？【10 分】

題目二：

有智慧型手機者，常以貼圖軟體 Line，運用貼圖進行溝通互動，請引用「使用與滿足理論」之內涵，說明此貼圖軟體之傳播效果。【10 分】

題目三：

行銷通路的佈建是現代廠商爭取市場的必要決策。請說明廠商在評估通路方案時可用的評估準則。【10 分】

題目四：

金融產業業者常將市場分成消費金融客戶與企業金融客戶。這是所謂消費者市場與組織市場的區別。請說明組織市場（business market）的特性。【10 分】