



臺灣菸酒股份有限公司

107 年度從業職員及從業評價職位人員甄試試題

甄試類別：從業職員（第3職等人員【一】）－廣告企劃

專業科目 1：廣告管理與行銷策略

—作答注意事項—

- ① 應考人須按編定座位入座，作答前應先檢查答案卡(卷)、測驗入場通知書號碼、桌角號碼、應試科目是否相符，如有不同應立即請監試人員處理。使用非本人答案卡(卷)作答者，不予計分。
- ② 答案卡(卷)須保持清潔完整，請勿折疊、破壞或塗改測驗入場通知書號碼及條碼，亦不得書寫應考人姓名、測驗入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。
- ③ 本試題本為雙面，共100分，答案卡(卷)每人一張，不得要求增補。未依規定劃記答案卡(卷)，致讀卡機器無法正確判讀時，由應考人自行負責，不得提出異議。
- ④ 非選擇應用題限用藍、黑色鋼筆或原子筆，欲更改答案時，限用立可帶修正後再行作答，不得使用修正液。
- ⑤ 本項測驗僅得使用簡易型電子計算器（依考選部公告「國家考試電子計算器規格標準」規定第一類：具備+、-、×、÷、%、 $\sqrt{\quad}$ 、MR、MC、M+、M- 運算功能，不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能），並不得發出聲響；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，該節扣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。
- ⑥ 答案卡(卷)務必繳回，未繳回者該科以零分計算。

第一題：

為了使廣告溝通效果能達到極大化，廣告公司需思考、決定要採用什麼方式來包裝廣告內容，其中「恐嚇性訴求(fear appeals)」一直是廣告表現的重要策略之一，試問：

(一) 何謂恐嚇性訴求(fear appeals)? 【10分】

(二) 請用兩則廣告說明恐嚇性訴求(fear appeals)的表現 【15分】

第二題：

試比較說明廣告與公共關係(public relationship)策略在「媒體運用、控制度及可信度」三個層面之差異為何? 【25分】

第三題：

制定媒體計畫時，接觸率(reach)、頻率(frequency)、有效頻率(effective frequency)、媒體成本(cost)是廣告主在選擇媒體及規劃廣告預算衡量的參考指標。請說明這四個意義各自為何? 【25分】

第四題：

隨著行動通訊日益普及，網路廣告之重要性亦逐漸取代傳統媒體廣告，請簡要說明「關鍵字、電郵式、橫幅式、按鈕式及彈跳式廣告」之定義與特色為何? 【25分】