

淡江大學九十四學年度轉學生招生考試試題

系別：大眾傳播學系三年級 科目：傳播理論

准帶項目請打「V」

簡單型計算機

節次：七月十三日第三節

本試題共 一 頁

- 一、還記得電子雞、滑板車、數位相機、PDA、行動電話/手機、MP3 嗎？這些新商品有些仍在市面上販售，有些已經從市面上消失，請以羅吉斯（Everett Rogers）的創新傳布理論，挑選上述其中一至兩項商品，並以所挑選的商品為例，針對創新採納的過程、創新被採納與否的特性進行論述，剖析其存活或消失的原因，同時說明你或是身邊的親友是否有參與該商品創新採納過程，並且，討論該項商品創新採納所造成的結果。（30分）
- 二、三立連續劇「台灣龍捲風」曾在大眾媒體和網路上引發很多的討論。請先從實證、詮釋和批判三種典範來剖析「閱聽人」這個概念，再以「台灣龍捲風」這齣連續劇為案例，談談上述三種閱聽人研究的典範各可以如何研究此一連續劇。（40分）
- 三、請應用傳播理論，分析、解釋與預測以下新聞報導所論述的台灣社會現象。（30分）

哈 Kitty 全民總動員 廠商送到缺貨 【記者陳子鈺/台北報導】

根據 7-ELEVEN 初步統計，自 4 月 27 日至今，五個星期以來一共送出 4000 多萬個 3D Kitty 磁鐵，等於全台灣每人擁有二個，也賣出 33 萬份磁鐵板；而磁鐵日前還缺貨，民眾還得拿兌換券到別的門市兌換或是等待新磁鐵的到來。7-ELEVEN 行銷群總經理陳瑞堂表示，迄今整體業績成長了一成左右，客單價也由 50 多元逼近 70 元。

「什麼？沒有 Kitty 磁鐵了！」日前 7-ELEVEN 的 3D Kitty 磁鐵送到缺貨，7-ELEVEN 門市緊急以兌換券替代，讓消費者能夠在別的門市兌換到 3D Kitty 磁鐵。磁鐵送到缺貨，Kitty 的魅力可見一斑。

以往超商的行銷活動都是隨著季節、或伴隨著特定議題的商品，不過 7-ELEVEN 今年卻顛覆這種行銷手法，改採高價值、精緻感的行銷策略。今年年初，7-ELEVEN 「草莓季」時送出 100 個 Burberry 草莓苞，而 4 月「鮮果季」時也送 30 個 LV 櫻桃包。這次 Kitty 活動是引自之前香港及新加坡做的行銷活動，即購物每次滿額 77 元就贈 3D Kitty 磁鐵；台灣 7-ELEVEN 耗資 2 億元，活動期間拉長達 3 個月，並且為不限商品種類的整合全店的行銷方式。由整體業績看來，高價值的行銷策略奏效。

為了讓活動能夠延續 3 個月之久，7-ELEVEN 也不斷推出加碼動作。3D Kitty 磁鐵由原先的 31 枚，增加了 3 枚隱藏版至 34 枚；且除了集滿 31 枚 Kitty 磁鐵的人有機會獲得日本旅遊之外，收集最多 Kitty 磁鐵的團體還能得到一台價值 45 萬元，全台「唯二」的 Hello Kitty 機器人，誘因十足加上創意鮮活，讓台灣掀起一股磁鐵風。

【2005/05/31 聯合晚報】