

委託研究計畫之研究主題與重點

擬委託 計畫名稱		資訊型節目置入性行銷案例研究			
計畫編號				計畫性質	☒ 行政政策 ☐ 科技研發
計畫領域		☐ 電信 ☐ 自動化 ☐ 土木 ☐ 機電 ☐ 航太 ☐ 海洋 ☐ 運輸 ☐ 氣象 ☐ 地震 ☐ 觀光 ☐ 綜合			
預定執行期限	全程	年 月 日 至 年 月 日			
	年度	98 年 7 月 2 日 至 98 年 10 月 30 日			
經費概算	全程	千元			
	年度	300 千元			
一、計畫背景與目的：（簡述研究計畫之目的、緣起與重要性，並說明與當年度業務施政之關聯性、配合性及前後連貫的整體性） （一）近年來廣電媒體之插播廣告時間常無法滿檔，而媒體紛以製播「資訊型節目」為名出賣時段，播送涉及廣告訊息之「節目」。 （二）鑑於商品資訊提供雖有助於閱聽眾之消費選擇，但置入性行銷亦容易誤導消費者，為積極面對問題，爰辦理本案，研究相關案例，以研提如何揭露相關置入訊息，使節目中有置入行銷之行為無所遁形，提供視聽眾充分之資訊，本案研究所提之管理規範建議，將作為本會政策之參考。					
聯絡人	朱其慧	職稱	專員	聯絡電話	3343-2663

表幅不足，另紙繕寫

二、委託對象之條件：(說明研究機構的性質及計畫主持人需具備專長條件)
研究機構性質：學術單位 主持人需具備專長條件：具備法律、傳播、廣告行銷相關領域專長
三、預期完成的工作項目：(若分年進行，得分年列述)

- 1、 分析無線或衛星電視播出之資訊型節目，將該類節目按產品別分類，並依分類型各選取 3~5 則（共計 15~20 則），具研究價值之負面節目案例及創新表現的樣態（由本會提供案例）。
 - （1） 美容化粧品類。
 - （2） 食品類：如健康、養生、壯陽、長高等。
 - （3） 塑身類：如整形、豐胸、減肥、瘦身產品等。
 - （4） 其他：由受委託者自訂，並列入評審項目。
- 2、 針對資訊型節目呈顯型態、手法（不當表現手法）、資訊揭露方式等研究項目，進行內容分析並提出分析報告。
- 3、 將上述案例分析所得之結論，提出「資訊型節目商業置入性行銷型態、認定與規範原則」及政策建議。

四、預期成果、效益及其應用：（說明預期完成之具體成果，儘量依條列舉，並按計畫性質詳述所獲得的效益，以及未來在施政上的應用）

本研究之目的，期能針對閱聽眾可接受之資訊及消費型置入性行銷，訂定明確的規範原則，除可作為媒體參考外，亦可避免對置入敏感性較低或容易受其影響的觀眾，在無防禦的心理下誤信置入商品的宣稱。

五、經費細目概估：

- | | |
|-----------|-----------|
| (一)人事費： | (二)儀器設備費： |
| (三)消耗材料費： | (四)業務費： |
| (五)旅運費： | (六)管理費： |

表幅不足，另紙繕寫