

《資訊管理》

一、關於資訊倫理相關議題，請回答下列問題：

- (一)請定義責任 (responsibility)、問責／責任歸屬 (accountability)、法律責任 (liability) 及正當程序 (due process)。(15 分)
- (二)假設你是一個政府單位的資訊系統主管，該單位的系統最近遭遇了一次駭客攻擊，導致大量敏感資料外洩。請闡述政府單位在駭客攻擊事件中的責任歸屬和法律責任。(10 分)

試題評析	第一小題為基本的概念考題，主要熟悉其定義回答就行。若當下忘記課本內容，可以試想生活中遇到的情境並加以描述即可。 第二小題是較為挑戰的情境融合題，除了要掌握基本觀念外，還需要針對題目加以闡述其獨特性，以此題為例，回答時一定要圍繞在「政府機關」的角色上。
考點命中	《高點・高上資訊管理與資通安全講義》第三回，蕭老師編撰，頁 99-103。

答：

- (一)
- 1.責任 (responsibility)：根據既定的標準和期望，履行任務或職責的義務。它涉及對自己的行為和決策負責，並對結果負責。
 - 2.問責／責任歸屬 (accountability)：對自己的行為和決策負責，並接受這些行為和決策的結果。它涉及對他人對自己工作成果的問責，並願意解釋和辯護自己的決策。
 - 3.法律責任 (liability)：對自己的行為負有法律責任，並有補救或賠償的義務，以彌補由這些行為造成的損害或損失。它涉及對自己的行為和決策承擔法律責任，並在犯錯時承擔法律懲罰。
 - 4.正當程序 (due process)：在法律程序中要求對個人進行公正和公平對待，保護他們的權利。它涉及確保個人被告知任何指控時有機會為自己辯護，並接受公正和公平的決策過程。
- (二)政府單位在駭客攻擊事件中的責任歸屬和法律責任如下：
- 1.責任歸屬：政府單位的資訊系統主管應對系統的安全性進行全面評估，制定相應的安全策略和措施，確保系統的安全性。如果系統存在漏洞或安全漏洞，系統主管應該負責相應的責任。
 - 2.法律責任：政府單位在駭客攻擊事件中可能涉及到的法律責任包括：個人資料保護法、公務員職務責任法、電子商務法、刑法等。如果政府單位違反了相應的法律法規，導致敏感資料外洩，可能面臨相應的法律責任，包括罰款、賠償等。

二、關於資訊正確性及政府資訊政策相關議題，請回答下列問題：

- (一)請定義假新聞 (fake news)、錯誤訊息 (misinformation)、假消息 (disinformation)。(15 分)
- (二)請說明假新聞、錯誤訊息及散布假消息對於民主制度和公眾信任的影響，並提出政府應該如何與媒體、社交媒體平台和公民社會組織合作，共同應對這一挑戰。(10 分)

試題評析	此題融合了基本常識與學術知識，算是滿有挑戰性的題目。因為現代人資訊管道接收多元的原因，我們常常會接收到許多不實的訊息，此題要先依照常識分辨出三者的差異，這對同學來說不是大問題。後面針對政府的挑戰除了上課補充外，亦可以透過目前政府有提供的管道與方法加以闡述，例如：公共資訊來源…等。
------	--

答：

- (一)
- 1.假新聞 (Fake news)：指故意編造、篡改事實，並通過網路、社交媒體等渠道散布的虛假信息。假新聞經常以標題黨等方式引起公眾注意，並可能對社會產生負面影響。

2. 錯誤訊息 (Misinformation)：指不正確的信息，包括錯誤的事實、錯誤的解釋、誤導性的信息等。錯誤訊息可能是無心的錯誤，也可能是故意的誤導，但不同於假新聞的是，它不一定是故意編造的。
3. 假消息 (Disinformation)：指有意散播的錯誤和誤導性的信息，目的是影響公眾的看法和行動，或者干擾對手的正常運作。假消息經常與政治宣傳和謠言流言相關，是一種有目的、偽造的信息。
- (二) 假新聞、錯誤訊息及散布假消息對於民主制度和公眾信任都有很大的影響。首先，它們可能誤導公眾對現實的看法，進而影響人們的投票、選擇和行為。此外，這些假消息也可能對公共政策和社會秩序產生負面影響，引發社會不信任和不穩定。

政府應該如何與媒體、社交媒體平台和公民社會組織合作，共同應對這一挑戰：

政府可以與媒體、社交媒體平台和公民社會組織合作，共同制定應對假新聞、錯誤訊息及散布假消息的策略和措施。具體而言，可以從以下幾個方面入手：

1. 建立健全的法律法規體系。政府可以通過立法和司法手段，制定相應的法律法規，明確假新聞及其他虛假信息的概念和界定，並對散布假新聞、錯誤訊息及散布假消息的行為進行打擊。
2. 提高公眾的媒體素養。政府可以與媒體和公民社會組織合作，加強對公眾的媒體素養教育，提高公眾識別假新聞及其他虛假信息的能力。
3. 強化社交媒體平台的監管。政府可以通過監管和管理社交媒體平台，加強對假新聞、錯誤訊息及散布假消息的監管和管理，防止其在社交媒體平台上的傳播。
4. 建立多方參與的機制。政府可以與媒體、社交媒體平台和公民社會組織建立多方參與的機制，共同應對假新聞、錯誤訊息及散布假消息的挑戰，加強信息共享、協調行動、加強監管和管理。
5. 建立公共資訊來源：夠過建立可靠的公共資訊來源，確保資訊的正確性與中立，並達到可以驗證的目的。

三、請說明商業智慧流程的三個主要活動。(10分)

試題評析	基本的觀念題，掌握商業智慧基礎知識即可回答。
考點命中	《高點・高上資訊管理與資通安全講義》第一回，蕭老師編撰，頁 74-75。

答：

商業智慧 (Business Intelligence, 簡稱 BI) 是一個涉及到數據分析、報告、資訊傳遞和決策制定等多個領域的統稱。商業智慧流程是指將商業智慧應用到企業管理中，從而幫助企業管理者快速獲取數據和資訊，進而做出更好的決策。

商業智慧流程的三個主要活動如下：

1. 數據採集：商業智慧流程的第一個活動是數據採集。數據採集是指收集數據和資訊的過程，可以通過多種方式進行，例如從企業的交易系統、網站、社交媒體等數據源中採集數據。數據採集的目的是為了將數據整理成可用的格式，以便進一步進行數據分析。
2. 數據分析：商業智慧流程的第二個活動是數據分析。數據分析是指將數據進行加工、分析和挖掘，從而提取有價值的信息和洞察。數據分析可以通過多種方式進行，例如統計分析、數學建模、機器學習等。數據分析的目的是為了發現數據中的趨勢、模式和關聯性，以便對企業管理者做出更好的決策提供有價值的信息和建議。
3. 資訊傳遞和決策制定：商業智慧流程的第三個活動是資訊傳遞和決策制定。資訊傳遞是指將數據分析結果轉化為清晰、易懂的報告和圖表，以便企業管理者快速理解和掌握數據分析結果。決策制定是指根據數據分析結果和報告，進行決策制定和執行，以達到企業目標和戰略。資訊傳遞和決策制定的目的是為了協助企業管理者做出更明智、更有效的決策，從而提高企業的績效和競爭優勢。

四、關於 ChatGPT 作為破壞式科技 (disruptive technology) 的可能性和爭議之相關議題，ChatGPT 是否具有破壞性潛力？請闡述至少兩個支持觀點和兩個反對觀點，並提供理由或相關案例來支持所述觀點。(20分)

試題評析	人工智慧這一年來隨著 ChatGPT 的問世並產生大量應用場景，已經變成考題的新趨勢。常常同學
-------------	---

面對到這種考題時都會先腦袋一陣空白，畢竟這是很新穎的題型，但要記住老師上課說明，人工智慧是一個非常老的題目，任何新的應用只是在既有的技術上發展而已，所以此題最核心的答法是要抓到「人工智慧對於 CRM 的影用語影響」除此之外再加上一些 ChatGPT 的特性即可。

答：

ChatGPT 是一種自然語言處理技術，可以通過生成對話的方式，與人類進行交互。

關於 ChatGPT 作為破壞式科技的可能性和爭議如下：

(一) 支持觀點：

1. ChatGPT 具有破壞性潛力，可以改變人與機器之間的溝通方式。

ChatGPT 可以為人們提供更加自然、方便、高效的溝通方式，從而改變人類與機器之間的關係。這種技術可以用在多個領域，例如客服、醫療、教育等，從而提高工作效率和溝通效果。

2. ChatGPT 可以創造新的商業模式和價值。

隨著 ChatGPT 技術的進一步發展，它可以成為一種新的商業模式，從而為企業創造新的價值。例如，通過 ChatGPT 技術，企業可以提供更加智能、更加便捷的客戶服務，從而提高客戶滿意度和忠誠度。

(二) 反對觀點：

1. ChatGPT 可能導致人與機器之間的關係疏離。

ChatGPT 可以模擬人類對話，但它缺乏人類的情感和共情能力，可能導致人與機器之間的關係疏離。這種疏離可能會對人類社會產生負面影響，例如減少人與人之間的溝通和交流。

2. ChatGPT 可能導致失業和職業轉型。

ChatGPT 可以自動化許多工作，例如客服、醫療、教育等，進而可能導致失業和職業轉型。這種轉型可能會對工人產生負面影響，例如失去工作機會和收入下降。

綜合來看，ChatGPT 作為破壞性科技具有一定的潛力，但也存在一些爭議和挑戰。政府和企業應該對 ChatGPT 技術進行監管和管理，從而最大限度地發揮其好處，同時減少其負面影響。

五、網路揪團、個性化訂製、反向拍賣 (reverse auction) 三種不同類型的由消費者主導的交易模式—C2B 電子商務，其使用者的目的與需求各為何？平台如何提供滿足需求的服務？(20 分)

試題評析	此電子商務考題貼近生活，同學在答題時除了上課講的觀念要寫出來外，也可以多帶入生活中的例子來融會貫通。 同時每題一定要精準的描述「使用者目的」與「平台如何滿足需求」外，除了用範例解答的列點回答，也可以用表格方式答題，這是其中的高分關鍵。
考點命中	《高點・高上資訊管理與資通安全講義》第三回，蕭老師編撰，頁 47-52。

答：

C2B 電子商務是指由消費者主導的交易模式，其中包括網路揪團、個性化訂製和反向拍賣三種不同類型。以下是這三種交易模式的使用者目的與需求以及平台提供的滿足需求的服務：

1. 網路揪團

使用者目的與需求：網路揪團是指消費者聚集在一起，共同購買商品或服務，從而享受更低的價格和更好的品質。使用者的目的是為了節省購買成本，同時也可以與其他消費者互動和交流。

平台提供的滿足需求的服務：平台可以提供一個方便的網路揪團平台，讓消費者可以方便地找到其他消費者進行揪團。平台可以提供多種商品和服務選擇，同時也可以提供安全、可靠的支付和交付方式。

2. 個性化訂製

使用者目的與需求：個性化訂製是指消費者可以根據自己的需求和偏好，訂製定制化的商品或服務。使用者的目的是為了滿足自己的個性化需求，同時也可以獲得更好的品質和服務。

平台提供的滿足需求的服務：平台可以提供一個方便的個性化訂製平台，讓消費者可以方便地訂製自己的商品或服務。平台可以提供多種定制選項和設計選擇，同時也可以提供專業的設計和製造團隊，從而確保產品品質和服務滿意度。

【版權所有，重製必究！】

3. 反向拍賣

使用者目的與需求：反向拍賣是指消費者可以根據自己的需求和預算，向供應商提出需求，從而獲得最優惠的價格和品質。使用者的目的是為了獲得最優惠的價格和品質，同時也可以滿足自己特定的需求和要求。

平台提供的滿足需求的服務：平台可以提供一個方便的反向拍賣平台，讓消費者可以方便地向多個供應商提出需求，從而獲得最優惠的價格和品質。平台可以提供多種供應商選擇，同時也可以提供專業的交易和協商支持，從而確保交易的公正和透明。

綜合來看，C2B 電子商務的不同類型交易模式，可以滿足消費者不同的需求和目的。平台可以提供相應的服務，從而確保交易的成功和滿意度。

高點
·
高上

【版權所有，重製必究！】