

商經、會事、國貿、資處 科 二 年 班 座號： 姓名：

一、選擇題 共 60 題 每題 1 分

1. () 微軟公司鼓勵員工到不同的國家接受挑戰，並透過內部定期調派的方式來增進員工歷練。請問此作法為 (A)工作簡單化 (B)工作輪調 (C)工作擴大化 (D)工作豐富化。
2. () 下列何者為消費市場區隔的心理變數？ (A)教育程度 (B)使用頻率 (C)品牌忠誠度 (D)價值觀。
3. () 台灣人壽鼓勵保戶多申請 e 化服務，以減少紙張用量，進而落實環保愛地球的理念。請問這是屬於何種行銷管理觀念？ (A)行銷觀念 (B)社會行銷觀念 (C)銷售觀念 (D)產品觀念。
4. () 下列何者不是行銷組合的要素？ (A)通路 (B)產品 (C)品質 (D)推廣。
5. () 日常用品的製造廠商將產品生產出來之後，透過超級市場轉售給消費者。請問此通路長度為何？ (A)三階通路 (B)零階通路 (C)二階通路 (D)一階通路。
6. () 若味丹食品公司有 6 條產品線，共 34 項產品，其中在速食品產品線有 11 項產品。請問味丹公司的產品組合廣度為多少？ (A)11 (B)6 (C)23 (D)34。
7. () 工業品的推廣方式多採用 (A)公共關係 (B)廣告 (C)促銷 (D)人員銷售。
8. () 在「產品生命週期」的四個階段中，哪個階段的銷售額達到最高峰？ (A)導入期 (B)衰退期 (C)成長期 (D)成熟期。
9. () 下列哪個行銷管理觀念時期，最容易產生「認知失調」的現象？ (A)銷售觀念 (B)行銷觀念 (C)生產觀念 (D)產品觀念。
10. () 「工人必須用電弧或乙炔焊設備焊接各種金屬；工作地點除了室內之外，也有室外工作；此職位的工人由焊接工廠主管直接管理。」請問上列敘述符合下列何者？ (A)工作評價 (B)工作規範 (C)工作說明書 (D)工作評估。
11. () 有些餐廳會在櫃台或店內張貼報紙與雜誌專訪的全文內容，請問這些餐廳是採用何種宣傳手法？ (A)公共關係 (B)廣告 (C)促銷 (D)直效行銷。
12. () 當公司想要控制銷售服務品質和產品時，而選擇一家中間商來銷售其產品，通常會採取何種策略？ (A)全面性配銷 (B)密集性配銷 (C)獨占性配銷 (D)選擇性配銷。
13. () 說明每項工作的性質、內容、責任、處理方法和程序以及工作人員所需具備之資格的一種書面記錄稱為 (A)工作規範 (B)工作說明書 (C)工作分析 (D)職位說明書。
14. () 水平增加工作範圍的工作設計是指 (A)工作輪調 (B)工作豐富化 (C)工作擴大化 (D)工作簡單化。
15. () 經區隔後的各次級市場，可分別經由不同的通路或媒體，來提供合適之產品與行銷訊息，是符合「有效市場區隔」條件中的哪一項？ (A)足量性 (B)可接近性 (C)可衡量性 (D)可行動性。
16. () 有關產品生命週期的導入期，下列敘述何者錯誤？ (A)常採取說服性廣告 (B)利用大量促銷來引發試用 (C)利潤呈現虧損 (D)行銷目標以建立產品知名度為主。
17. () 下列何者是指消費者不知道，或知道但通常不會去購買的產品？ (A)便利品 (B)選購品 (C)特殊品 (D)忽略品。
18. () 可口可樂每年都會推出新的廣告影片，依廣告目標大多屬於何種類型的廣告？ (A)比較性廣告 (B)提醒性廣告 (C)說服性廣告 (D)告示性廣告。
19. () 何種目標市場選擇策略，可以大量生產標準化產品並能降低成本，但無法滿足不同市場消費者的需求？ (A)差異化行銷 (B)利基行銷 (C)無差異化行銷 (D)集中化行銷。
20. () NIKE 公司推出新款的 LeBron 系列球鞋，每雙要價 270 美元（約新台幣 8,300 元）。請問對於有收藏意願的消費者來說，這是屬於何種消費品？ (A)便利品 (B)選購品 (C)特殊品 (D)忽略品。
21. () 遠東 SOGO 百貨規劃開發自有品牌，以區隔其他同業，衝破零售業瓶頸。若該品牌是委託他人代工製造，再冠以自家名稱，則其品牌歸屬類型為 (A)製造商品牌 (B)中間商品牌 (C)混合品牌 (D)授權品牌。
22. () 消費者對某品牌情有獨鍾，再貴亦不計較，試問這種商品對該消費者而言，稱為 (A)選購品 (B)便利品 (C)特殊品 (D)忽略品。
23. () 下列何種產品較適合採用獨占性配銷策略？ (A)香煙 (B)珠寶 (C)報紙 (D)礦泉水。
24. () 全家便利商店以期間限定的形式，不定期更換霜淇淋口味，來配合消費者的喜好。請問這屬於產品線策略中的產品線 (A)延伸 (B)特色 (C)更新 (D)刪減。

商經、會事、國貿、資處 科 _____ 年 _____ 班 座號：_____ 姓名：_____

25. ()下列何者不屬於人口統計變數？ (A)所得 (B)教育程度 (C)人口密度 (D)性別。
26. ()年輕女子購買化妝品，並不是為了那動人的顏色，而是在購買一股對美麗容顏的憧憬和希望，此產品層次是 (A)核心產品 (B)潛在產品 (C)基本產品 (D)附加產品。
27. ()下列何者是要讓產品在目標顧客的心目中，占有一獨特的競爭性地位？ (A)互動行銷 (B)市場區隔 (C)市場定位 (D)選擇目標市場。
28. ()「產品售價較高而銷量低，企業卻仍必須投入研發及教育消費者的費用」，這是屬於產品生命週期的哪個時期？ (A)成長期 (B)導入期 (C)成熟期 (D)衰退期。
29. ()下列何者並未將市場進行區隔？ (A)將飛機座位分為頭等艙、商務艙與經濟艙 (B)自來水公司僅提供一種自來水 (C)將奶粉分為高脂與低脂 (D)將飲料分為有糖與無糖。
30. ()下列有關行銷管理的敘述何者正確？ (A)某雞精品牌透過電視購物頻道強力密集促銷，此屬於密集性配銷 (B)某醫療器材經銷商透過藥妝店銷售體溫計，此屬於一階通路 (C)某冷氣製造商透過連鎖 3C 賣場為中間通路以銷售自有品牌，此屬於中間商品品牌 (D)某電器製造商透過一般電器行銷售其商品，若銷售績效佳就給予銷售獎金，此屬於推式策略。
31. ()某香水品牌推出針對女性的玫瑰香水，強調「自信與獨立」；後來又推出針對男性的麝香古龍水，強調「成熟與穩重」。請問此種行銷策略是基於下列何種市場區隔變數？ (A)心理變數與行為變數 (B)人口統計變數與心理變數 (C)人口統計變數與行為變數 (D)參考群體變數與心理變數。
32. ()某會計師事務所的業績蒸蒸日上，他們想要了解：
a. 一個三等會計師的職責為何？
b. 要勝任該工作需具備什麼樣的知識、技術與能力？
c. 這些要求與二等會計師有何不同？
請問該公司的人資部門應該進行 (A)薪酬計劃 (B)彈性福利制度 (C)工作分析 (D)績效評估。
33. ()在人力資源網站上看到以下敘述，此應屬於何種類型的文件？
a. 負責國外業務 b. 開發新業務/專案/專案管理 c. 拜訪國外出差/客戶/收集分析市場行銷資訊 d. 系統訂單，出貨維護，與客戶溝通訂單，圖面細節與廠內溝通交期，樣品追蹤 e. 維護電子商務平台
(A)工作日誌 (B)工作規範 (C)工作內容 (D)工作評價
34. ()STP 行銷的「P」是指 (A)市場定位(Positioning) (B)推廣(Promotion) (C)製程設計(Process Design) (D)訂價(Price)。
35. ()下列何者並非職位分類欲達成的目標？ (A)適才適所 (B)因人設事 (C)同工同酬 (D)權責分明。
36. ()某企業推廣產品的型態為：製造商→中間商→消費者，則此稱為何種策略？ (A)吸力策略 (B)拉力策略 (C)引力策略 (D)推力策略。
37. ()Nissan 在推出新款休旅車時，在考量當時市場領導品牌 Ford 休旅車基本款價格為 68 萬下，Nissan 搭配較豪華的標準配備，以 70 萬定位進入市場，避免破壞市場價格，這是何種定價方式？ (A)認知價值訂價法 (B)現行水準訂價法 (C)差別訂價法 (D)吸脂訂價法。
38. ()由桂綸鎂、陳妍希所代言的露得清系列產品，採取大量廣告曝光的方式，以吸引消費者到指定地點購買，請問此舉是採用了何種推廣策略？ (A)拉力策略 (B)公共關係策略 (C)推力策略 (D)人員銷售策略。
39. ()能夠保護產品的包裝，並兼具展示功能，屬於包裝的哪個層次？ (A)運送包裝 (B)表層包裝 (C)次級包裝 (D)基本包裝。
40. ()以不付費給媒體的方式，透過舉辦活動進行產品宣傳，此種推廣策略應為推廣組合中的 (A)直效行銷 (B)廣告 (C)人員銷售 (D)公共關係。
41. ()以土鳳梨酥出名的微熱山丘，在中秋節推出限定包裝，即包裝紙盒上，作出應景的設計，若是以該包裝的展示功能來判斷，較可能為 (A)直接包裝 (B)次級包裝 (C)運送包裝 (D)基本包裝。
42. ()下列何者不是「產品生命週期」的階段？ (A)成熟期 (B)成長期 (C)衰退期 (D)繁榮期。
43. ()用來說明完成某項工作，其員工所需具備的資格條件是 (A)工作說明書 (B)工作設計 (C)工作規範 (D)工作分析。
44. ()企業有足夠的能力或資源，對次級市場擬定有效的行銷方案，來吸引並服務該市場內的消費者，稱為 (A)足量性 (B)可區別性 (C)可衡量性 (D)可行動性。
45. ()根據產品生命週期活動，企業在成長期的主要行銷目標為何？ (A)擴大市場占有率 (B)採用低成本策略以控制產品成本 (C)防堵

商經、會事、國貿、資處 科 _____ 年 _____ 班 座號：_____ 姓名：_____

潛在競爭者的加入 (D)打擊直接競爭對手。

46. ()華碩的新款筆記型電腦以攜帶方便與外觀顏色為訴求，來搶攻女性消費者市場。其中，華碩針對女性市場行銷，是採用了何種市場區隔變數？ (A)地理變數 (B)心理變數 (C)人口統計變數 (D)行為變數。
47. ()下列行銷推廣工具中，何者通常是以直接刺激短期的銷售量為目的，其效果的衡量也多以銷售額的增加為主？ (A)公共關係 (B)促銷 (C)人員銷售 (D)廣告。
48. ()下列哪一種產品較適用密集性配銷？ (A)羽球拍 (B)變速腳踏車 (C)雪衣 (D)衛生紙。
49. ()某廠商利用海外廉價勞工優勢，達成降低成本、大量配銷，這觀念可稱為 (A)銷售觀念 (B)產品觀念 (C)行銷觀念 (D)生產觀念。
50. ()全國性品牌是指 (A)中間商品牌 (B)個別品牌 (C)製造商品牌 (D)授權品牌。
51. ()口香糖、文具屬於哪一類消費品？ (A)冷門品 (B)特殊品 (C)選購品 (D)便利品。
52. ()關於目標行銷的執行步驟，下列何者正確？ (A)市場區隔、市場定位、市場選擇 (B)市場分析、市場區隔、市場選擇 (C)市場分析、市場選擇、市場定位 (D)市場區隔、市場選擇、市場定位。
53. ()下列何者不是訂價要考量的因素？ (A)競爭者的行為 (B)消費者的需求 (C)通路成員的利潤 (D)產品的成本。
54. ()下列哪個工作分析方法，是透過實地觀察員工的工作內容與流程來進行分析，且適用於工作內容固定且重複的工作？ (A)問卷調查法 (B)測試法 (C)觀察法 (D)工作日誌法。
55. ()與產品直接接觸的內層容器是指何種包裝層次？ (A)基本包裝 (B)運送包裝 (C)次級包裝 (D)簡化包裝。
56. ()產品組合的長度是指 (A)企業所擁有的產品總數 (B)企業所擁有的產品線總數 (C)各產品線之間的關聯程度 (D)在各產品線的產品項目中，可供消費者選擇的樣式種類數目。
57. ()市場區隔變數中，下列何者不屬於心理變數？ (A)品牌忠誠度 (B)人格特質 (C)價值觀 (D)生活型態。
58. ()由分析人員直接從事欲探討的工作，以蒐集該工作的資料，此為工作分析方法中的 (A)綜合法 (B)工作日誌法 (C)實作法 (D)觀察法。
59. ()下列何者較適合利用長通路來配銷產品？ (A)體積小的產品 (B)標準化程度低的產品 (C)單價高的產品 (D)易腐壞的產品。
60. ()在人力資源的相關議題中，HRM 的意思是指 (A)人力資源管理 (B)人力資源規劃 (C)人盡其才 (D)人事管理。

二、進階題 共 20 題 每題 2 分

61. ()嘉林公司推出一款新功能的掃地機，預計銷售 1,600 台，其中固定成本為 5,200,000 元，單位變動成本為 2,000 元，則每台掃地機售價應為多少才能達到損益平衡？ (A)2,600 元 (B)5,250 元 (C)3,250 元 (D)4,200 元。
62. ()有關影響行銷通路的長短，下列敘述何者正確？ (A)購買頻率高的商品，以短通路為宜 (B)易腐性低的商品，以短通路為宜 (C)標準化程度高的商品，以長通路為宜 (D)過重的商品，以長通路為宜。
63. ()產品的五層次包括：(1)基本產品、(2)附加產品、(3)潛在產品、(4)核心產品、(5)期望產品。若以同心圓表示此五個層次，由內而外之順序為何？ (A)(4)(5)(1)(3)(2) (B)(5)(4)(2)(1)(3) (C)(4)(1)(5)(2)(3) (D)(5)(4)(1)(3)(2)。
64. ()根據有效市場區隔的條件，下列敘述何者正確？ (A)「可衡量性」是指擬定的行銷方案可有效吸引該次級市場的消費者 (B)「足量性」是指區隔後的次級市場，其銷售潛量與規模大小足以讓企業有利可圖 (C)「可行動性」是指廠商能透過各種媒體提供行銷訊息給區隔後的次級市場 (D)「可接近性」是指市場大小能具體而準確的估算。
65. ()企業必須全力達成下列哪項目標，才具有「行銷觀念」？ (A)將產品全部賣光 (B)以最低成本生產產品 (C)比競爭者做更多的廣告與促銷活動 (D)提供滿足消費者需求的產品與獲得利潤。
66. ()關於消費品與該市場的敘述，下列何者錯誤？ (A)銷售對象為一般大眾 (B)擬訂推廣組合時可完全不考慮公共關係 (C)消費品是直接滿足消費者慾望的產品 (D)廣告是相對重要的推廣方式。
67. ()下列有關推力策略何者正確？ (A)不需藉由中間商的強力推銷 (B)人員銷售是主要方式 (C)以消費者為主要對象 (D)是工業品專屬的推廣策略。

商經、會事、國貿、資處 科 _____ 年 _____ 班 座號：_____ 姓名：_____

68. ()下列有關通路長度的敘述，何者正確？ (A)易腐產品（如花卉、蔬果）的通路長度比較長 (B)高單價比低單價的產品有較短的通路 (C)簡單、標準化的產品，通路長度通常較短 (D)購買頻率越高的產品，通路長度通常較短。
69. ()下列有關產品生命週期各階段特徵的敘述，何者正確？ (A)衰退期是以建立產品知名度為主要行銷策略 (B)導入期是以維持消費者忠誠度為主要行銷策略 (C)成長期是指市場快速接受且利潤大幅提升的階段 (D)成熟期是指銷售量下降且利潤大幅衰退的階段。
70. ()有關產品組合的描述，下列何者正確？ (A)「深度」是指有多少條不同的產品線 (B)「廣度」是指產品組合中的產品總數 (C)「一致性」是指各產品線在最終用途或其他方面的關聯程度 (D)「長度」是指產品線中每一產品有多少不同形式。
71. ()請問「行銷近視症」的意義為何？ (A)只注重消費者需求與企業本身利益，枉顧了維護整體社會與自然環境的長期利益 (B)將消費者需求與利益擺在次要考慮的因素，而著重於出清手中的產品 (C)只看到產品本身，卻忽略顧客需求及企業追求的利益 (D)以上皆非。
72. ()太平洋自行車公司開發可攜式折疊車上市販賣，並提倡 BMW 的移動觀念 (B：可攜式折疊車；M：捷運；W：步行)，認為可以節能減碳做環保、也可以健身，避免過多車輛讓城市過度擁塞。這樣的觀念稱為： (A)產品觀念 (B)銷售觀念 (C)生產觀念 (D)社會行銷觀念。
73. ()美國蘋果公司針對「果粉（蘋果迷）」陸續推出 iPod、iPhone、iPad 等新產品，屢創營業佳績。這種鎖定顧客品牌忠誠度的市場區隔方式是運用哪一種區隔變數？ (A)地理變數 (B)人口統計變數 (C)心理變數 (D)行為變數。
74. ()有關有效的市場區隔準則的敘述，下列何者正確？ (A)以左撇子的消費者為目標市場開發專屬的左手工具，符合可衡量性的準則 (B)以腳部會水腫的消費者為目標市場開發專屬拖鞋，符合足量性的準則 (C)在動物園賣動物公仔給動物愛好者，符合可接近性的準則 (D)夜市某一小吃攤針對不同族群推出粵菜、川菜、浙菜及閩菜等不同菜餚，符合可行動性準則。
75. ()許多銀髮族因為行動不便而仰賴行動輔具，阿杰看到因此衍生出來的市場商機，打算投入科技行動輔具的事業，這最符合哪一種選擇目標市場的策略？ (A)無差異化行銷 (B)集中化行銷 (C)差異化行銷 (D)置入性行銷。
76. ()越南擁有 9,200 萬人口，鄉村農業人口佔 70%。由於基礎設施的欠缺，使得摩托車成為越南人的首選必需品。臺灣 KD 輪胎公司進入越南投資、設立子公司「越南 KD」之後，發現越南主流摩托車輪胎尺寸與使用習慣，均與臺灣有極大的差異，特別是鄉村居民習慣將摩托車當作載重貨車使用。「越南 KD」因而考慮推出舒適性較差但具有高負重能力的輪胎。關於「越南 KD」在越南的行銷策略敘述，何者正確？ (A)若仍然大量生產銷售與臺灣市場相同的主流輪胎產品，是針對越南在地的「分眾行銷」 (B)若只行銷針對鄉村居民載重的習慣推出單一載重輪胎，是屬於「差異行銷」 (C)若針對越南當地的城市及鄉村客群推出之輪胎產品，是屬於「客製化行銷」 (D)若只針對有載重需求的鄉村次級市場推出符合需求的輪胎產品，是屬於「集中行銷」。
77. ()邱生響應故鄉農業局推動的「新農民輔導計畫」而返鄉創業，邀約同學好友共 7 人，募資 500 萬元，其中邱生為主要經營者，出資 200 萬元，負有連帶無限清償責任，其餘依出資額負擔清償責任。公司在故鄉種植咖啡樹，並設立咖啡專門店，創建「逗豆咖啡」品牌，提供自行手工烘培的各種口味濾掛咖啡以及相關產品，如逗豆咖啡餅與逗豆咖啡糖等，並於自家專賣店及自家網站上銷售。該咖啡專賣店將自行手工烘培的各種口味濾掛咖啡以及相關產品均掛上「逗豆咖啡」品牌，此為何種品牌命名決策？ (A)個別品牌 (B)單一家族品牌 (C)自有中間品牌 (D)混合品牌。
78. ()某公司正推動「品管圈」活動，鼓勵同一工作現場的員工組成小組，提出改善產品設計、生產或服務流程等之建議，如獲得公司採用則給予表揚與獎勵，請問此一活動的推行，最符合人力資源管理的哪一項原則？ (A)民主原則 (B)科學原則 (C)參與原則 (D)發展原則。
79. ()某顧問受聘為甲企業訂定該公司之績效獎勵機制，該顧問先與員工見面，讓他們說明自己的工作內容後，再分析整理出執行該工作所需具備之基本條件與資格的書面文件。依上述內容，該顧問進行了哪些人力資源規劃工作內容？ (A)工作分析與工作評價 (B)工作評價與職位分類 (C)職位分類與工作設計 (D)工作分析與訂定工作規範。
80. ()某國際飯店集團提出儲備高階經理人計畫，預計十年內派任儲備人員至各海外子公司的各個工作部門歷練，並於通過考核後，晉升為集團內高階經理人，請問此項計畫較符合哪些工作設計原則？ (A)工作簡單化與工作擴大化 (B)工作豐富化與工作輪調 (C)工作擴大化與工作標準化 (D)工作標準化與工作豐富化。