

觀光 科 三年 1 班

座號：_____ 姓名：_____

一、單選題 (50 題 每題 2 分 共 100 分)

- () 某產品鎖定都會區，且以30~40歲任職於服務業的女性為目標市場。依市場區隔變數中，地理、人口統計、心理以及行為的四種變數，使用了幾種變數？ (A)1種 (B)2種 (C)3種 (D)4種。
- () 旅館業針對不同住宿客人的特殊需求，所設計的客房商品或服務，是屬於下列哪一種導向的行銷模式？ (A)生產導向 (B)銷售導向 (C)行銷導向 (D)社會導向。
- () 關於「服務行銷金三角」何者敘述錯誤？ (A)科技行銷可運用科技系統，甚至不需接觸即可完成服務 (B)外部行銷就是企業對顧客設定的承諾，如舉辦產品發表會 (C)內部行銷無法藉由教育訓練提升員工實踐承諾的能力 (D)互動行銷強調服務過程中，員工與顧客間能否履行對顧客的承諾。
- () 觀光餐旅業對社會環境的責任，下列敘述何者錯誤？ (A)旅行社每年舉辦員工淨山活動與沙灘撿垃圾 (B)運用各種強勢的銷售技巧，只要將產品推銷給消費者就好 (C)飲料店提出自備環保杯裝飲料的折價優惠活動 (D)旅宿業捐贈救護車給當地的醫院，並成立慈善基金會。
- () 餐飲市場調查，下列何者不屬於人口統計調查的項目？ (A)地點特性 (B)年齡分布 (C)職業狀況 (D)教育程度。
- () 消費者覺得較不重要且經常購買的平價物品，在品牌差異大的情況下，會採取尋求多樣化的嘗試不同品牌。此種購買行為稱為下列何者？ (A)衝動性購買行為 (B)習慣性購買行為 (C)複雜性購買行為 (D)降低認知失調的購買行為。
- () 長榮航空公司推出搭乘該公司航班飛往上海，得以3,999元加購價購買上海長榮桂冠酒店的住宿券一張，這是屬於下列哪一種推銷方式？ (A)up selling (B)cross selling (C)down selling (D)bundle selling。
- () 阿明得知明年過年有長假的消息，即上網找尋相對便宜的機票，這種作法是屬於下列何種消費決策階段？ (A)問題認知 (B)資訊蒐集 (C)替代方案評估 (D)購買決策。
- () 旅遊業者強調龐大的公司規模，讓旅客覺得該公司擁有好的服務，是試圖透過何者因素影響消費者行為？ (A)需要 (B)認知 (C)學習 (D)動機。
- () 請判斷下列市場區隔變數中，何者敘述錯誤？ (A)人口統計變數：旅宿業針對女性旅客提供專屬的仕女樓層 (B)行為變數：7-11針對農曆新年，推出年菜預購活動 (C)地理變數：麥當勞針對印度不吃牛肉的習慣，不販賣含有牛肉的餐點 (D)行為變數：星巴克因應環保意識抬頭，推出多款精美隨行杯。
- () 有關通路策略的敘述，下列何者正確？ (A)在超商販售的商品，大多屬於獨家性配銷 (B)消費者購買頻率愈高適合採用長通路 (C)家具用品的產品宜採用密集性配銷，以利消費者選購 (D)魚販在Facebook上面開直播販售市場批發來的魚貨，此為一階通路。
- () 某餐廳強調以環保、綠色、在地食材及低食物哩程為主要行銷訴求，通常屬於下列哪一種行銷觀念？ (A)customer oriented (B)production oriented (C)sales oriented (D)social marketing oriented。
- () 連鎖咖啡廳調查顧客的生活型態與購買頻率，將客群分為重視產品價格與重視咖啡廳氛圍的消費者，之後決定將主力客群鎖定在享受氛圍的消費者，所以將咖啡廳打造成為家與辦公室之外的第三個好去處。此連鎖咖啡廳是採用下列哪一種行銷策略？ (A)4P (B)PEST (C)STP (D)SWOT。
- () 小林看到新聞「關島打疫苗」的報導，因此透過上網蒐集關島的疫苗旅遊團資訊，請問小林正歷經在購買過程的哪一個階段？ (A)問題認知階段 (B)資訊蒐集階段 (C)方案評估階段 (D)購買決策階段。
- () 下列何者不是從顧客導向的行銷管理考量的作法？ (A)航空公司除推出全線促銷優惠價，旅展現場又實施更多優惠 (B)餐廳迎合銀髮族的口味，推出適合高齡族的菜單 (C)麥當勞推出符合各國家限定菜單，迎合當地文化習慣 (D)旅宿業針對女性旅客提供專屬的仕女樓層。
- () 下列何者是餐旅業服務行銷金三角？ (A)供應商、顧客、餐旅企業 (B)員工、供應商、顧客 (C)餐旅企業、員工、供應商 (D)顧客、餐旅企業、員工。
- () 當餐旅業的產品已經被多數顧客接受，銷售量達到最高點後成長趨緩，這是屬於產品生命週期的哪一階段？ (A)成熟期 (B)導入期 (C)成長期 (D)衰退期。
- () 行銷7P是指產品、價格、通路與促銷之外尚有三項，下列何者為非？ (A)包裝 (B)員工 (C)實體環境 (D)程序。
- () 餐廳在菜單上標示出每道菜色的熱量為經營的主題訴求，是下列哪一種行銷導向？ (A)production oriented (B)selling oriented (C)social marketing oriented (D)marketing segmentation oriented。
- () 旅行業者推出韓國追星旅遊行程是考量到消費者喜愛韓國偶像劇，此為哪一種市場區隔？ (A)地理特性 (B)人口統計 (C)心理特性 (D)使用行為。
- () 陳小姐參加旅展本來想購買下午茶的餐飲票券，最後更改為該旅館的下午茶與溫泉券的組合套票，此種產品銷售方式稱為 (A)交叉銷售 (B)套裝銷售 (C)向下銷售 (D)利益銷售。
- () 關於SWOT的敘述何者錯誤？ (A)企業的內部分析包含提供的產品或服務的Strength與Weakness (B)政府發放消費券的措施對企業來說為一種Threat (C)企業打造專業團隊提供服務給消費者視為企業的Strength (D)總體環境涵蓋一般環境分析工具PEST，包含有Political、Economic、Social、Technological。
- () 餐旅業透過批發商與零售商兩個通路，將產品銷售給顧客，這是屬於下列哪一種通路模式？ (A)零階通路 (B)一階通路 (C)二階通路 (D)三階通路。
- () 下列何者不是服務行銷金三角所構成的要素之一？ (A)服務組織 (B)政府政策 (C)消費者 (D)接待的員工。
- () 下列何者不是行銷組合4P中的推廣促銷的工具？ (A)置入性行銷 (B)產品廣告 (C)產品之研發設計 (D)公共關係。

觀光 科 三 年 1 班 座號：_____ 姓名：_____

26. () 旅館業者特別為女性顧客提供專屬的仕女樓層 (lady's floor)，較符合下列哪一種行銷觀念？ (A)銷售導向 (B)社會行銷導向 (C)生產導向 (D)行銷導向。
27. () 餐廳透過外送平台訂餐服務拓展客源，顧客可以更便利取得餐點，為下列餐旅行銷組合4P的哪一項？ (A)product (B)place (C)price (D)promotion。
28. () 關於產品生命週期的敘述何者錯誤？ (A)成熟期競爭者最多，銷售量上升至最高點後，逐漸下降 (B)成長期的行銷目標為建立消費者對品牌的偏好 (C)導入期需要龐大的行銷費用，廣告類型以說服性廣告為主 (D)衰退期銷售量大幅下降，現有廠商也逐漸退出市場。
29. () 傳統的行銷以「4P」產品、價格、通路、促銷為主，根據學者Alastair Morrison所提服務業行銷中，可再加入4P延伸成「8P」的行銷組合 (Marketing Mix)，此再加入的4P為下列何者？ (A)participate、package、passion、practice (B)people、pleasure、programming、passion (C)people、package、programming、partnership (D)practice、progress、partnership、pleasure。
30. () 餐旅行銷組合「8P」，除了傳統的4P (product、price、promotion、place) 之外，下列何者不屬於其他的4P？ (A)possibility (B)people (C)partnership (D)package。
31. () 觀光餐旅業公共關係的主要目的，下列何者為非？ (A)建立知名度及塑造形象 (B)加深強化同業間的競爭關係 (C)爭取社會團體認同與消費者的支持 (D)危機處理突發事件。
32. () 關於消費者購買行為，下列敘述何者錯誤？ (A)消費者決策過程是動態的交換行為 (B)消費者購買決策的過程是一種間斷的個別行為 (C)決策過程首要步驟是消費者先確認需求及問題 (D)賣場的相關情境因素，如店員服務態度優劣都會影響購買決策。
33. () 旅館業者與婚紗業者合作，推出新的組合商品與服務，這是屬於下列哪一種發展策略？ (A)加強科技應用策略 (B)重視異業聯盟策略 (C)重視健康保健策略 (D)強化綠色環保策略。
34. () 餐旅行銷組合包含產品、價格、通路與推廣，下列行銷組合的概念，何者錯誤？ (A)產品僅包含有形的商品 (B)價格是顧客購買產品所付出的價錢 (C)通路是指將產品銷售到市場的平台 (D)推廣是指讓顧客知悉產品以吸引顧客購買。
35. () 顧客選擇旅遊產品時，許多產品是在低涉入及無品牌差異的情況下購買，此時消費者購買行為較易偏向何種類型？ (A)複雜的購買行為 (B)變化性的購買行為 (C)降低失調的購買行為 (D)習慣性的購買行為。
36. () PR有助於提升企業良好的形象，PR是指下列哪一項？ (A)優惠專案 (B)公共關係 (C)廣告行銷 (D)價格調降。
37. () 關於某旅館提出的SWOT分析，下列敘述何者正確？ (A)旅館資金充足是屬於優勢 (strength) (B)旅館設備新穎是屬於機會 (C)旅館員工教育訓練未落實是屬於威脅 (D)對旅館不利的政府政策是屬於劣勢 (weakness)。
38. () 關於4P行銷策略的敘述，下列何者錯誤？ (A)促銷期愈久愈好，常運用於淡季以提高銷售 (B)將自家耕種的蔬菜拿到市場販售屬於零階通路 (C)消費者至觀光果園採購新鮮水果屬於零階通路 (D)以通路的密度來說，獨占性配銷的中間商數量最少，且嚴格管制其銷售狀況。
39. () 必勝客披薩「買大送大」是符合下列餐飲業行銷策略的哪一項？ (A)Place (B)Product (C)Promotion (D)Price。
40. () 我國的飯店業者在農曆過年前，推出年菜預購活動，是下列何種促銷活動？ (A)In House Sales (B)Festival Promotion (C)Off Season Promotion (D)Seasonal Promotion。
41. () 下列有關公關與推廣的說明，何者錯誤？ (A)病毒式行銷常以限量聯名販售引起話題來造成搶購 (B)餐廳在開幕前舉辦記者會的作法視為公共關係一環 (C)網路行銷採用的方式如搜尋引擎及社群媒體上的行銷 (D)為增加市場曝光率，將餐旅產品、品牌標誌予以置入電視或電影節目的作法稱為置入性行銷。
42. () 許多「頂客族」(即雙薪水、無子女)或「單身貴族」把寵物當成家庭成員，針對這種生活型態的偏好，而推出寵物餐廳，這是使用下列哪一種區隔變數？ (A)人口統計變數 (B)地理變數 (C)心理變數 (D)行為變數。
43. () 王品集團旗下的餐廳，針對目標市場發展了多種品牌的作法，是屬於下列哪一種行銷策略？ (A)機會行銷 (opportunity marketing) (B)差異化行銷 (differentiated marketing) (C)集中行銷 (concentrated marketing) (D)配套行銷 (package marketing)。
44. () 便當業者參考市場上其他同業的定價，請問其採取的定價方法為 (A)心理定價法 (B)認知價值定價法 (C)差別定價法 (D)現行水準定價法。
45. () 某餐廳鎖定的目標市場，可以根據消費者不同的特性，採取不同的行銷策略，這是屬於下列哪一種市場區隔的條件？ (A)異質性 (B)足量性 (C)可行動性 (D)可衡量性。
46. () 交通部觀光局與第三方訂房網站合作以增加曝光度，可以讓旅客對旅遊目的地更有興趣，長期穩定的到訪，代表消費者對旅遊目的地，產生下列何種涉入感受？ (A)高度涉入 (B)低度涉入 (C)情勢涉入 (D)持久涉入。
47. () 下列何者為觀光行銷推廣 (Promotion) 所採用？ (A)觀光產品生命週期 (Life Cycle) (B)觀光乘數效果 (Multiplier Effect) (C)觀光客行為示範影響 (Demonstration Effect) (D)觀光局 Taiwan Touch Your Heart 標識。
48. () 有關於各種行銷觀念的敘述何者正確？ (A)生產導向及產品導向時的市場是以買方為取向 (B)生產導向的經營重點為提升產品品質 (C)銷售導向是以滿足消費者需求來獲取利潤 (D)行銷近視症為產品導向時期容易發生的盲點。
49. () 在餐旅行銷組合中，消費者對下列哪一項因素具有極高的敏感度，且此項因素與產品的價值有很高的關連性，也是企業獲得較高利潤的重要影響因素？ (A)產品 (B)價格 (C)通路 (D)促銷。
50. () 某飯店在聖誕節當日，舉辦免費體驗手做薑餅屋，並邀請育幼院的小朋友來參與，此活動較符合下列哪一種推廣策略？ (A)sales promotion (B)personal selling (C)direct marketing (D)public relations。