

臺灣菸酒股份有限公司 103 年從業職員及從業評價職位人員甄試試題
職等／甄試類別【代碼】：從業評價職位人員／免稅店-賣場服務【G3709】
專業科目 2：行銷學概要

*入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卡、入場通知書編號、桌角號碼、甄試類別是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。

②本試卷一張雙面共 50 題單選選擇題，每題 2 分，限用 2B 鉛筆在「答案卡」上作答，請選出最適當答案，答錯不倒扣；未作答者，不予計分。

③本項測驗僅得使用簡易型電子計算器(不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能)，但不得發出聲響；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算器放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該科扣 10 分；該電子計算器並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。

④答案卡務必繳回，違反者該科成績以零分計算。

⑤請勿於答案卡書寫應考人姓名、入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。

【4】1.部分金融機構與宗教團體發行認同卡，強調每筆刷卡消費金額提撥某一定比率，捐助該宗教團體從事社會公益活動之用。金融機構此一活動符合下列何種觀念？

- ①產品觀念 ②銷售觀念 ③行銷觀念 ④社會行銷觀念

【1】2.顧客針對一項產品的所有價值與成本，相對於其他競爭者的產品之差異所做成的評價是：

- ①顧客知覺價值 ②顧客滿意度 ③顧客忠誠度 ④顧客權益

【2】3.在規模龐大的企業中，採購單位建置完整。採購單位最高經理人的秘書，通常可扮演何種角色？

- ①影響者(influencer) ②把關者(gatekeeper)
③決策者(decider) ④購買者(buyer)

【3】4.如果男性與女性對於基金投資的選購並無差異，則表示性別不符合哪一項有效區隔市場的條件？

- ①可衡量性(measurable) ②可接近性(accessible)
③可區別性(differentiable) ④足量性(substantial)

【1】5.在消費品的分類中，冷門品(unsought goods)如火災保險、人壽保險或靈骨塔...等產品。此類產品通常主要依賴哪一種行銷手法達到銷售目的？

- ①人員銷售 ②密集配銷通路 ③降價促銷 ④網路行銷

【2】6.某飲料廠商在市場上的所有產品可區分為碳酸類、茶類、罐裝咖啡、乳品、酒類、機能性飲料等六大類飲料，各類別下有多種不同品牌產品。前述所有產品構成：

- ①產品類別 ②產品組合 ③產品線 ④產品品項

【2】7.下列何者不是品牌的命名原則？

- ①能夠暗示產品的特性、品質與利益
②容易發音、容易認得，不雅也無所謂
③可註冊登記受法律保護
④容易被翻譯為外國語言

【2】8.金融機構經常對全體員工灌輸行銷導向與顧客服務的觀念，並訓練與激勵員工等作法，是屬於：

- ①外部行銷 ②內部行銷 ③互動行銷 ④關係行銷

【2】9.購買襪子時，看到此一海報：『購買 10 雙以下，每雙售價 100 元；超過 10 雙，每雙售價 75 元。』這是屬於何種促銷定價方式？

- ①現金折扣 ②數量折扣 ③功能折扣 ④促銷折扣

【2】10.銀行在行銷通路中，主要扮演哪一種角色？

- ①物流 ②金流 ③商品流 ④資訊流

【1】11.網際網路上，果農提供消費者線上購物，透過郵寄或宅配方式，將農產品送達顧客手中。此一通路階層為：

- ①零階 ②一階 ③二階 ④三階

【4】12.便利品在市場的涵蓋密度上，較適合採取哪一種？

- ①直銷 ②獨家配銷 ③選擇式配銷 ④密集式配銷

【3】13.在產品組合上廣度相當窄，但產品線長度與深度較大，為消費者提供較為齊全的選擇。此一零售商類型是：

- ①購物中心 ②百貨公司 ③專賣店 ④量販店

【4】14.金融機構贊助大學舉辦學術研討會，此一活動屬於：

- ①廣告 ②促銷 ③直效行銷 ④公共關係

【3】15.政府的宣導廣告：『喝酒不開車，開車不喝酒』。此一廣告訴求是屬於哪一類？

- ①理性訴求 ②感性訴求 ③道德訴求 ④恐懼訴求

【4】16.下列哪一種廣告媒體，具有成本低廉，傳播時可輕易突破國界，也可及時掌握廣告效果？

- ①電視 ②報紙 ③雜誌 ④網際網路

【3】17.針對企業購買者市場，比較適合採取哪一種推廣方法？

- ①電視廣告 ②降價促銷 ③人員銷售 ④公共報導

【2】18.下列何者不是促銷的特性？

- ①短期活動 ②總成本低廉
③立即反應 ④活動有彈性

【2】19.下列哪一項促銷活動主要針對通路商進行？

- ①免費樣品 ②津貼獎金 ③折價券 ④贈品

【3】20.美食達人公司(85 度 C)進軍美國市場造成咖啡熱賣與麵包搶購，引起媒體報導。依 Ansoff 的產品-市場成長矩陣，其進軍美國是採取哪一種成長策略？

- ①市場滲透 ②產品發展 ③市場發展 ④多角化

【3】21.小廠商採取利基行銷(niche marketing)的主要風險為何？

- ①沒有規模經濟效果
②難以滿足所有不同顧客的需求
③面對資源豐富的大廠進入此一市場所遭受的損失較大
④產品毛利較低

【2】22.在行銷組合要素中，哪一項最具有彈性調整的特性？

- ①產品 ②價格 ③通路 ④推廣

【1】23.大型量販店通常與銀行合作發行聯名卡，會員卡友在賣場內刷卡，享有銀行相關的優惠辦法。此一合作方式是屬於哪一種通路系統？

- ①水平行銷系統
②管理式垂直行銷系統
③契約式垂直行銷系統
④所有權式垂直行銷系統

【1】24.當產品進入國際市場時，母國與地主國政府雙方簽訂免除彼此關稅與配額限制的合作協議。此一合作方式是：

- ①自由貿易區 ②關稅同盟 ③共同市場 ④經濟聯盟

【請接續背面】

【2】25.新產品的採用者通常屬於群體的意見領袖，對於新事物接受度很高，但購買決策比較謹慎。此一採用者類型是屬於：

- ①創新者 ②早期採用者 ③早期大眾者 ④落後者

【3】26.銀行機構以自動櫃員機取代櫃台人員的存取款、轉帳等服務，主要可解決服務業的哪一種特性？

- ①無形性 ②不可分割性 ③易變性 ④不可儲存性

【1】27.凌志(Lexus)汽車曾針對賓士汽車車主調查，詢問車主在與賓士相同的各項產品功能下，其所認知的各項功能價值，進而設計生產高品質又價格相對較低的汽車。此一定價方法採取：

- ①價值基礎定價 ②成本基礎定價
③競爭基礎定價 ④市場滲透定價

【3】28.當產品生命週期處於衰退期，本公司產品市場占有率遠遠超過最大競爭對手。根據波士頓顧問群（BCG）模式的分析，公司對該產品應採取哪一種投資建議？

- ①建立(build) ②維持(hold) ③收割(harvest) ④撤資(divest)

【1】29.產品線過度延伸，行銷人員未能做好市場區隔，容易導致什麼問題產生？

- ①自我蠶食(cannibalization)
②品牌稀釋(brand dilution)
③品牌聯想(brand association)
④品牌延伸(brand extension)

【2】30.下列哪一個銷售促進方式是屬於非價格促銷？

- ①折價券 ②買一送一 ③折扣 ④買千折百

【4】31.消費者決策歷程中可能出現認知失調現象，請問此現象主要發生於哪一個階段？

- ①問題確認 ②資訊搜尋 ③方案評估 ④購後評估

【3】32. Bic 原子筆廠商導入拋棄式刮鬍刀時亦採用 Bic 品牌名稱，是屬於哪一種品牌策略？

- ①共同品牌 ②產品線延伸 ③品牌延伸 ④品牌授權

【4】33.一宣導廣告強調酒後駕車可能出現的危險後果，是採用何種訴求方式？

- ①性感訴求 ②理性訴求 ③幽默訴求 ④恐懼訴求

【4】34.下列何種屬於鼓吹式廣告（advocacy advertising）？

- ①強化消費者信念，確認自己做了正確的品牌決策
②強調自身品牌較競爭者優越處
③強調產品利益
④訴求企業落實綠色環保作為

【1】35.牙膏廣告中強調「預防蛀牙」功效，依 Maslow 需求層級而論，是訴求消費者哪一種需求？

- ①安全 ②社會 ③自尊 ④自我實現

【2】36.進行品質評估時，餐廳食物口味是屬於哪一種品質類型？

- ①搜尋性品質 ②經驗性品質
③信任性品質 ④有形性品質

【1】37.分析銷售數據時，比較公司各年度整體銷售表現，以了解銷售為增加、降低或維持平穩，稱為何種分析？

- ①趨勢分析 ②週期分析 ③季節性分析 ④隨機因素分析

【4】38.下列何者並非組織採購中之需求特色？

- ①衍生性需求 ②無彈性需求 ③聯合需求 ④靜態需求

【2】39.市場區隔中，國際菁英（global elite）族群是採取何種變數進行區隔？

- ①行為區隔 ②人口統計區隔
③心理統計區隔 ④利益區隔

【3】40.依據產品生命週期概念，遭逢激烈競爭是屬於哪一個階段？

- ①導入期 ②成長期 ③成熟期 ④衰退期

【3】41.就 Levi Strauss 牛仔褲來說，面對眾多競爭替代品，且彼此間具有差異化，此種市場競爭結構稱為：

- ①獨占(monopoly)
②寡占(oligopoly)
③獨占性競爭(monopolistic competition)
④完全競爭(perfect competition)

【1】42.下列何者不屬於心理定價法之應用？

- ①溢價定價(premium pricing)
②參考價格定價(reference pricing)
③天天都低價(everyday low price)
④組合定價(bundle pricing)

【3】43.當消費者具有下列何種特性時，意見領袖影響力最明顯？

- ①低產品涉入、低產品知識
②低產品涉入、高產品知識
③高產品涉入、低產品知識
④高產品涉入、高產品知識

【1】44.購買產品時，廠商提供產品訓練是屬於產品的哪一種環節？

- ①附加補充屬性(supplemental features)
②核心產品(core product)
③經驗性利益(experiential benefits)
④象徵性利益(symbolic benefits)

【1】45.就促銷組合工具而言，公司發行年報之用意與下列何者相同？

- ①事件贊助 ②提醒式廣告
③推式行銷 ④忠誠者方案

【1】46.下列哪一種行銷概念與資料庫行銷概念相同？

- ①關係行銷 ②綠色行銷
③內部行銷 ④無差異行銷

【2】47.旅館訂位人員向顧客確認訂房記錄，是屬於下列哪一項服務品質構面？

- ①有形性 ②可靠性 ③回應性 ④保證性

【1】48.消費者決策深受眾多因素影響，下列何者屬於情境影響來源？

- ①時間 ②生活型態 ③意見領袖 ④態度

【2】49.產品生命週期四階段中，產業利潤達顛峰是哪一個階段？

- ①導入期 ②成長期 ③成熟期 ④衰退期

【4】50.奶粉市場分為嬰兒奶粉、成人奶粉和高齡奶粉，這是依照哪一種區隔變數區分市場？

- ①行為變數 ②心理變數
③地理變數 ④人口統計變數