

臺灣菸酒股份有限公司 105 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【J6411】

專業科目 2：行銷學概要

\*請填寫入場通知書編號：\_\_\_\_\_

注意：①作答前須檢查答案卡，測驗入場通知書號碼、桌角號碼、應試科目是否相符，如有不同應立即請監試人員處理。使用非本人答案卡作答者，不予計分。  
②本試卷一張雙面共 50 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，該節扣 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。  
⑤答案卡務必繳回，違反者該節成績以零分計算。

【3】1.關於行銷組合(marketing mix)的 4P，下列何者正確？

- ①產品(product)、價格(price)、促銷(promotion)、包裝(package)
- ②產品(product)、價格(price)、權力(power)、包裝(package)
- ③產品(product)、價格(price)、促銷(promotion)、通路(place)
- ④產品(product)、價格(price)、權力(power)、通路(place)

【2】2.行銷組合(marketing mix)的 4P 所對應的 4C，下列何者正確？

- ①價格(price)→解決方案(customer solution)
- ②價格(price)→成本(cost)
- ③價格(price)→便利性(convenience)
- ④價格(price)→溝通(communication)

【3】3.在夏天火鍋店進行促銷，最接近下列何種市場需求(market demand)？

- ①負需求(negative demand)
- ②飽和需求(full demand)
- ③波動需求(irregular demand)
- ④有害需求(unwholesome demand)

【2】4.某大銀行的信用卡申請書中提到「貴行及上開公司依法得進行交互運用之資料範圍限於申請人之基本資料內」，例如某大關係企業的人壽保險，最符合顧客關係管理(customer relationship management)中的：

- ①擴大銷售(up-selling)
- ②交叉銷售(cross-selling)
- ③下調銷售(down-selling)
- ④平行銷售(parallel-selling)

【1】5.依據涉入程度的高低，一般民眾購買預售屋的決策最接近下列何者？

- ①廣泛決策(extensive decision making)
- ②例行決策(routine decision making)
- ③有限決策(limited decision making)
- ④無限決策(unlimited decision making)

【2】6.行銷學所指的生活型態(life style)AIO 中，A 指的是：

- ①行動(actions)
- ②活動(activities)
- ③主角(actors)
- ④態度(attitudes)

【1】7.宏佳騰機車焦點篇廣告中，字幕顯示「剛才外有外星人排隊買珍奶」，但大部分民眾在第一次觀賞時卻沒有注意到廣告中有外星人，是因為：

- ①選擇性注意(selective attention)
- ②選擇性曲解(selective distortion)
- ③選擇性記憶(selective retention)
- ④選擇性意圖(selective intention)

【2】8.新聞報導「素有台北華爾街之稱的南京東路商辦後市看漲。」根據組織市場中的購買者特色，最有可能的原因是：

- ①購買者數目較少
- ②購買者的地理集中
- ③買賣雙方關係密切
- ④購買者需求波動很大

【1】9.王品集團旗下有王品牛排與西堤牛排兩品牌，最屬於下列何種產品替代性(product substitutability)？

- ①品牌競爭(brand competition)
- ②產業競爭(industry competition)
- ③形式競爭(form competition)
- ④一般競爭(generic competition)

【1】10.某公司從生產不鏽鋼鍋具本業，擴展到生產不鏽鋼原料轉賣其他廠商，最屬於下列何種情況？

- ①向後整合(backward integration)
- ②向前整合(forward integration)
- ③購併(merger and acquisition)
- ④防禦(defense)

【2】11.下列何者為消費者市場的區隔變數(segmentation variable)中的人口統計變數(demographic variable)？

- ①人口密度
- ②所得
- ③人格
- ④價值觀

【4】12.汽車最屬於下列何種消費品(consumer goods)？

- ①日常用品(staple goods)
- ②衝動購買品(impulse goods)
- ③緊急用品(emergency goods)
- ④選購品(shopping goods)

【3】13.產品組合(product mix)中，用來表示個別產品的規格或樣式多寡，稱之為：

- ①廣度(width)
- ②長度(length)
- ③深度(depth)
- ④一致性(consistency)

【1】14.若將產品線延伸到比較高價、高品質的產品，稱之為：

- ①向上延伸(upward stretch)
- ②向下延伸(downward stretch)
- ③雙向延伸(two-way stretch)
- ④產品線填補(line filling)

【2】15.喜餅禮盒做成珠寶箱的樣式，是屬於：

- ①初級包裝(primary package)
- ②次級包裝(secondary package)
- ③三級包裝(tertiary package)
- ④運送包裝(shipping package)

【4】16.根據創新擴散模式(diffusion of innovation)，趕在 2015 年 1 月 1 日參訪剛開幕的奇美博物館的民眾，最可能屬於：

- ①落伍者(laggards)
- ②早期大眾(early majority)
- ③晚期大眾(late majority)
- ④創新者(innovator)

【4】17.品牌為商品與服務所帶來的附加價值，稱之為：

- ①品牌識別(brand identity)
- ②品牌意義(brand meaning)
- ③品牌聯結(brand bonding)
- ④品牌權益(brand equity)

【1】18.根據 Kelly 所提出的品牌共鳴模式(brand resonance model)，理性模式的第一步驟為下列何者？

- ①識別(identity)
- ②意涵(meaning)
- ③反應(response)
- ④關係(relationship)

【1】19.根據服務三角形(service triangle)，牽涉到前場與後場員工間的行銷，稱之為：

- ①內部行銷
- ②外部行銷
- ③互動行銷
- ④服務行銷

【4】20.下列何者非屬顧客體驗行銷(experience marketing)的構面？

- ①情緒
- ②思考
- ③行動
- ④回饋

【請接續背面】

【4】21.新產品上市為求擴大市場佔有率，以低價促銷的定價策略稱之為何？

- ①現行價格定價(going rate pricing)
- ②競標定價(sealed-bid pricing)
- ③吸脂定價(market-skimming pricing)
- ④滲透定價(market-penetration pricing)

【2】22.將所訂出的價位以奇數，例如 5 及 9，是屬於下列何種心理訂價法？

- ①威望訂價法(prestige pricing)
- ②畸零訂價法(odd-even pricing)
- ③犧牲打訂價法(lose leaders pricing)
- ④習慣訂價法(customary pricing)

【4】23.連鎖體系的特許加盟店是屬於下列何種通路？

- ①水平式行銷系統(horizontal marketing system)
- ②管理式垂直行銷系統(administered VMS)
- ③所有權式垂直行銷系統(corporate VMS)
- ④契約式垂直行銷系統(contractual VMS)

【1】24. Big City 遠東巨城購物中心地下一樓有愛買、c!ty'super、UNIQLO、無印良品、大創百貨等店，一樓有遠東 SOGO 百貨。根據此敘述，此二樓層欠缺下列何種零售商(retailer)？

- ①便利商店
- ②超級市場
- ③百貨公司
- ④量販店

【1】25. AIDA 消費者反應層級模式中，第一個 A 指的是：

- ①注意(attention)
- ②察覺(awareness)
- ③行動(action)
- ④採用(adoption)

【1】26.要消費者不假思索回想最近所看到的汽車廣告，是屬於何種廣告效果的評估方式？

- ①無輔助回想測試(unaided recall test)
- ②輔助回想測試(aided recall test)
- ③辨識測試(recognition test)
- ④組合測試(portfolio test)

【4】27.微軟 OneDrive 透過 Facebook、Twitter 等社群網站，宣傳免費享有 1 年 100GB 的資格。內容寫著「Drop the box — move your photos, music, and docs to OneDrive。」此行銷活動最接近下列何種形式的網路廣告？

- ①電子折價券
- ②網路互動遊戲
- ③電子郵件行銷
- ④病毒式行銷

【1】28.「服務並非固定形體，看不到、摸不到，以感受為主」，意指服務具備下列何種特性？

- ①無形性(intangibility)
- ②不可分割性(inseparability)
- ③易變性(variability)
- ④不可儲存性(perishability)

【1】29.根據滿意度中期望落差理論，當顧客認知的服務小於期望的服務，顧客會產生：

- ①不滿意
- ②滿意
- ③愉悅
- ④重複購買

【2】30.下列何者不是顧客導向的意涵？

- ①著眼在市場，重視現有顧客、潛在顧客和競爭者
- ②只注重產品的研發與生產
- ③強調跨部門或職能的協調合作，以便為顧客創造價值
- ④服務顧客不只是客服部門的責任，而是公司整體員工的責任

【4】31.根據安索夫矩陣(Ansoff Matrix)的定義，公司用現有的產品在某一現有市場經營的策略，稱為：

- ①多角化
- ②市場發展
- ③產品發展
- ④市場滲透

【1】32.下列哪一個因素被歸類為行銷環境中的個體環境？

- ①供應商
- ②政治
- ③人口組成
- ④科技發展

【3】33.提供組織一個有系統的資料蒐集、分析以及實際行銷狀況數據報告的活動，稱為：

- ①產品研發
- ②獨家代理
- ③市場調查
- ④商業化

【4】34.下列何者為行銷研究的第一步？

- ①訂定研究計畫和蒐集訊息
- ②解釋數據資料和決定研究類型
- ③實施研究計畫
- ④定義問題和研究目的

【4】35.\_\_\_\_\_是將市場細分為許多小市場，並評估各個市場的吸引力，然後選擇一個或多個市場進入的過程。

- ①細分市場
- ②大規模行銷
- ③差異化
- ④目標行銷

【4】36.洗髮精將其市場區隔為輕、中、重度的產品使用者，這是根據下列哪一個變數當區隔變數？

- ①使用心理
- ②使用利益
- ③使用場合
- ④使用頻率

【4】37.以冷氣機為例，根據產品層次的定義，下列哪一項可被視為附加產品？

- ①功能
- ②品牌
- ③省電效能
- ④保固

【2】38.\_\_\_\_\_被定義為產品的一個名稱、標誌、圖案、設計，或是一組以上的組合，目的在使顧客能識別出與競爭產品的不同。

- ①架構
- ②品牌
- ③典範
- ④文化

【2】39.以現有的品牌名稱去經營新開發的產品類別，稱為：

- ①共同品牌
- ②品牌延伸
- ③產品線擴展
- ④自用品牌

【1】40.新產品開發的第一個步驟是：

- ①產生創意
- ②創意篩選
- ③市場測試
- ④發展概念

【1】41.產品生命週期(product life cycle)中，下列哪一個階段，企業會面臨到較高市佔率和較高利潤的拉鋸？

- ①產品成長期
- ②產品衰退期
- ③商業化
- ④產品導入期

【3】42.產品生命週期(product life cycle)中，下列哪一個階段，產品的銷售成長會趨緩且利潤開始逐漸下降？

- ①產品導入期
- ②產品成長期
- ③產品成熟期
- ④產品衰退期

【2】43.消費者感受到的產品價值即為設定產品價格時的\_\_\_\_\_。

- ①下限
- ②上限
- ③固定成本
- ④變動成本

【3】44.下列哪一種定價方法是基於產品或服務的生產、銷售、風險等各項成本做綜合考量來設定價格？

- ①價值導向
- ②變動成本
- ③成本導向
- ④競爭導向

【1】45.下列哪一項是影響定價決策的外部因素？

- ①競爭者
- ②公司策略
- ③財務目標
- ④行銷目標

【2】46.\_\_\_\_\_配銷方式是指盡可能地把產品陳列在最多的銷售據點。

- ①選擇式
- ②密集式
- ③獨家
- ④地方

【4】47.在行銷溝通工具中，\_\_\_\_\_是指在短時間內提供誘因，鼓勵消費者購買產品或服務。

- ①廣告
- ②公共關係
- ③個人銷售
- ④促銷

【4】48.\_\_\_\_\_行銷策略是由行銷者對消費者進行廣告和促銷等推廣活動，讓消費者向中間商要求訂購產品，使中間商不得不向行銷者訂購。

- ①直接
- ②垂直整合
- ③推式
- ④拉式

【1】49.下列哪一種廣告預算類型是根據公司營業額直接設定的？

- ①銷售百分比法
- ②量力而為法
- ③對付競爭法
- ④目標任務法

【2】50.\_\_\_\_\_是指企業從開發產品到生產銷售產品時，不只創造利潤同時也注重環境的維護。

- ①唯物主義
- ②環境永續性
- ③資本主義
- ④消費主義