

試題卷

次別：全國各級農會第5次聘任職員統一考試

科目：行銷管理

職等：九職等以下新進人員

一、是非題10分（每題1分）共10題

1. 知覺價格是指「包含產品實際訂價之客觀價格與包括時間成本、蒐集成本及精神成本之非貨幣價格」。
2. 人口統計變數是最常用來做消費者市場區隔的變數。
3. 置入式行銷是行銷成本最低廉的方法。
4. 「白蘭氏」推出副產品「華陀雞精」迎戰低價策略的「桂格雞精」，「華陀」是探究使用者定位的品牌定位法。
5. 對於正在減肥中的小美，「巧克力」是屬於特殊品之消費品。
6. 一般而言，企業若擁有專利權、專賣權或特別許可證，即可形成獨佔性競爭。
7. 現金折扣是指為了鼓勵中間商參與某項特別計劃所給予的額外給付，是另外一種降低產品售價的方式。
8. 當某些農產品供過於求的情況下，政府為了防止價格暴跌而「穀賤傷農」，會直接收購或制定最低限價。
9. 密集出現的麥當勞、肯德基廣告、初一十五愛用的花生麵筋廣告，是屬於競爭性廣告。
10. 商品廣告主要是再傳遞企業產品的品牌、品質、功能、特色等訊息，以宣傳、推銷企業產品為主要目的。

二、單選題40分（每題2分）共20題

1. 下列有關消費者行為基本特性的敘述，何者不正確？
 - (A) 廣義消費者行為涵括所有交換活動。
 - (B) 狹義消費者行為聚焦在消費行為。
 - (C) 廣義消費者行為聚焦在投入的決策過程與形體活動。
 - (D) 狹義消費者行為聚焦在評估/取得/使用與處置產品與服務。
2. 「狂熱的球迷不同於插花者」是指下列那一種消費經驗特性？
 - (A) 消費是一種經驗。
 - (B) 消費是一種整合。
 - (C) 消費是一種情境扮演。

(D) 消費是一種分類。

3. 「消費者的價格線索知覺著重品質與所付出金額的比率。」是指下列那一種價格敏感度？

(A) 價格意識。

(B) 價值意識。

(C) 價格聲望敏感。

(D) 價格-品質的對應認知。

4. 『Nokia 手機首先提出「科技始終來自人性」，與該品牌產生強烈聯結，不易被其他品牌沿用』，此段敘述是指古典制約中之那一項成功條件？

(A) 刺激區辨。

(B) 重複。

(C) 刺激類化。

(D) 刺激同化。

5. 下列何者不是常用的網路廣告效果衡量指標。

(A) 流量觸擊率(Hits)。

(B) 轉換率(Conversation rate)。

(C) 造訪數(Visits)。

(D) 下單率(Buy rate)。

6. 有關行銷哲學概念產生過程之敘述，下列順序何者正確？若 A：生產、B：產品、C：銷售、D：行銷、E：社會行銷。

(A) ABCDE。

(B) ABCED。

(C) ACBDE。

(D) ACBED。

7. 在行銷新思維-4C 中，「行銷溝通(Communication)」是對應 4P 中的那項？

(A) Product。

(B) Price。

(C) Promotion。

(D) Place。

8. 下列有關「策略金字塔」相關敘述，何者不正確？

(A) 戰略指的是 STP 策略。

(B) 戰術指的是 4P 策略。

(C) 作業計畫指的是價值管理、遠景管理活動。

(D) 策略金字塔三層次之建環環相扣，彼此相依，任何一個思考層次出現錯誤，將造成整個策略計畫失敗。

9. 有關「規劃農特產品目標市場選擇與行銷定位」的主要步驟敘述，下列順序何者正確？若 A：現狀分析、B：制訂明確的行為改變目標、C：進行市場區隔、D：反應於商品開發計畫及行銷計畫、E：評估目標市場的吸引度。
- (A) ABCDE。
 - (B) ABCED。
 - (C) BACDE。
 - (D) BCAED。
10. 網站流量分析的重要性在於我們可以分辨？
- (A) 瀏覽數最高的頁面。
 - (B) 競爭對手的資訊。
 - (C) 消者口碑。
 - (D) 社交網路的意見。
11. 如果想要看到目前誰在網站上瀏覽，要看 GA(Google Analytics)的那一張報表較恰當？
- (A) 目標對象。
 - (B) 即時。
 - (C) 客戶開發。
 - (D) 行為。
12. 近來台灣的食品業發生食安危機，此乃說明這些嚴重違反食安標準的廠商不具備那一種經營導向？
- (A) 銷售導向。
 - (B) 消費者導向。
 - (C) 行銷導向。
 - (D) 社會行銷導向。
13. 某鞋商想到非洲土著區開發新市場，發覺土著都沒穿鞋子而且沒有經濟能力買鞋，就悻悻然打道回府放棄非洲市場，請問鞋商為何會選擇放棄市場，是因為發覺非洲土著市場？
- (A) 有需要沒需求。
 - (B) 有需求沒需要。
 - (C) 有需要沒欲求。
 - (D) 有需求沒欲求。
14. 「橘色商機」指 50 歲以上熟齡人口，其人生像進入秋天燦爛的楓葉般，這個年齡層的人口特徵是：有錢、空巢期、消費意願高、敢嘗新、善待自己；針對階層人口推廣保健商品、深度旅遊、高階網購……，屬於那一種行銷策略？
- (A) 轉換行銷。

- (B) 刺激行銷。
 - (C) 開發行銷。
 - (D) 維持行銷。
15. Ansoff 產品-市場矩陣中，將現有產品行銷到新的市場，屬於那一種策略？
- (A) 市場滲透。
 - (B) 產品發展。
 - (C) 市場發展。
 - (D) 多角化經營。
16. 消費者因頂新假油案，進而不信任所有該集團的產品，屬於那一種現象？
- (A) 暈輪效應。
 - (B) 選擇性曲解。
 - (C) 刻板印象。
 - (D) 總和效果。
17. 「AIDAS」消費者反應層級模式主要是屬於那一種市場區隔變數？
- (A) 心理變數。
 - (B) 行為變數。
 - (C) 人口統計變數。
 - (D) 地理變數。
18. 「損益兩平點 (Break Even Point) 定價法」是屬於那一種定價方法？
- (A) 成本導向定價法。
 - (B) 需求導向定價法。
 - (C) 競爭者導向定價法。
 - (D) 供給者導向定價法。
19. 下列那一種推廣方式與大數據(Big Data)結合應用的最密切相關？
- (A) 廣告。
 - (B) 促銷。
 - (C) 公共關係。
 - (D) 直效行銷。
20. 根據 Ajzen(1985)所提出計畫行為理論(Theory of Planned Behavior, TPB)，下列何者不是影響行為意象的主要因素？
- (A) 態度。
 - (B) 主觀規範。
 - (C) 動機。
 - (D) 行為控制知覺。

三、複選題 50 分（每題 2.5 分）共 20 題

1. 下列有關行銷管理流程〈六方格〉過程的敘述，那些正確？
 - (A) 經營使命與目標。
 - (B) 分析市場機會。
 - (C) 行銷組織、執行、控制評估。
 - (D) 目標市場選擇。
 - (E) 消費者區隔
2. 下列有關「農民自設網站銷售農產品」行銷通路的敘述，那些正確？
 - (A) 0 階通路。
 - (B) 1 階通路。
 - (C) 2 階通路。
 - (D) 3 階通路。
 - (E) 直銷模式。
3. 下列那些屬於「病毒式行銷」的工具？
 - (A) 部落格。
 - (B) 社群網路。
 - (C) 電子郵件信箱。
 - (D) 廣播媒體。
 - (E) 人員銷售
4. 下列那些是 PZB 發展之 SERVQUAL 服務品質五大構面因素？
 - (A) 有形性(Tangibles)。
 - (B) 可靠性(Reliability)。
 - (C) 回應性(Responsiveness)。
 - (D) 同理心(Empathy)。
 - (E) 服務(Service)
5. 下列對通路設計考慮因素的敘述，那些正確？
 - (A) 通路長度消費者市場一般比較長。
 - (B) 標準化的商品通路一般比較長。
 - (C) 生鮮產品通路一般比較短。
 - (D) 奢侈品一般通路比較長。
 - (E) 標準化的商品通路比較短。
6. 下列有關行銷 4V 的敘述，那些正確？
 - (A) Vision（能見度）。
 - (B) Value（價值感）。
 - (C) Varication（多元化）。

- (D) Vibration (共鳴感)。
 - (E) Vitality (生命力)。
7. 下列對需要(need)與需求(demand)的定義，那些正確？
- (A) 先有需要才會有需求。
 - (B) 需求是人類與生俱來的生理或心理的特徵。
 - (C) 需要是反映消費者的購買力。
 - (D) 需求=需要+購買力。
 - (E) 兩者無差別
8. 下列那些屬於行銷個體環境分析的工具？
- (A) PEST 分析。
 - (B) 五力分析。
 - (C) 麥肯錫 7S 分析。
 - (D) 企業價值鏈分析。
 - (E) 科技分析。
9. 下列有關市場區隔的有效條件，那些正確？
- (A) 可衡量性。
 - (B) 足量性。
 - (C) 可接近性。
 - (D) 可執行性。
 - (E) 財務性。
10. 下列那些屬於行銷組合 4'Ps？
- (A) Place。
 - (B) Pricing。
 - (C) Public Relations。
 - (D) Product。
 - (E) Packing。
11. 下列有關對「產品生命週期之成長期」所採用之行銷組合策略敘述，那些正確？
- (A) 增加產品廣度。
 - (B) 廣告仍頻繁。
 - (C) 獨家配銷。
 - (D) 以擴大市場佔有率為要務。
 - (E) 常用降價促銷策略。
12. 下列那些屬於 ADE 電視廣告投資評估指標？
- (A) 總收視率(GRP)。
 - (B) 接觸廣度(Reach)。

- (C) 接觸頻率(Frequency)。
 - (D) 分享度(Share)。
 - (E) 造訪度(Visits)。
13. 下列有關一般消費決策過程敘述，那些正確？
- (A) 需求確認。
 - (B) 搜尋資訊。
 - (C) 方案評估。
 - (D) 購買。
 - (E) 購後評估。
14. 下列有關波特之五力分析理論中的分析構面敘述，那些正確？
- (A) 上游供應商與下游消費者。
 - (B) 公益團體與政府力量。
 - (C) 替代產品。
 - (D) 現有競爭者與潛在進入者。
 - (E) 遊說團體。
15. 下列有關社群行銷的敘述，那些正確？
- (A) 提高知名度與好感度。
 - (B) 跨媒體整合。
 - (C) 增加購買動機。
 - (D) 社群經理經常要製作網站內容。
 - (E) 社群經理人應具備文案能力。
16. 下列有關 Key Performance Indicators (KPI)的敘述，那些正確？
- (A) 關鍵績效指標。
 - (B) 核心商品。
 - (C) 關鍵人物。
 - (D) 主要績效指標。
 - (E) 達成績效的條件。
17. 下列關於 Google Analytics 的敘述，那些正確？
- (A) 基本上免費。
 - (B) 有付費的企業版。
 - (C) 免費版有限制流量的上限。
 - (D) 你的官方網站可做分析。
 - (E) YAHOO!奇摩商城可做分析。
18. 下列那些屬於全面品質管理的重要要素？
- (A) 持續改善。
 - (B) 建立標竿。

- (C) 集權。
- (D) 授權。
- (E) 源頭品質。

19. 目前，台灣對經濟景氣可分為下列那些階段？

- (A) 蕭條。
- (B) 復甦。
- (C) 競爭。
- (D) 停滯。
- (E) 繁榮。

20. 下列有關「促銷」工具的敘述，那些不正確？

- (A) 贈品。
- (B) 募款。
- (C) 贊助。
- (D) 試用品。
- (E) 紅利積點

標準答案

次別：全國各級農會第 5 次聘任職員統一考試

科目：行銷管理

職等：九職等以下新進人員

一、是非題 10 分（每題 1 分）

1. (0)
2. (0)
3. (X)
4. (X)
5. (X)
6. (X)
7. (X)
8. (0)
9. (X)
10. (0)

二、單選題 40 分（每題 2 分）

- | | |
|-----------|-----------|
| 1. (C) | 11. (B) |
| 2. (D) | 12. (D) |
| 3. (B) | 13. (A) |
| 4. (A) | 14. (C) |
| 5. (D) | 15. (C) |
| 6. (A) | 16. (A) |
| 7. (C) | 17. (B) |
| 8. (C) | 18. (A) |
| 9. (B) | 19. (D) |
| 10. (A) | 20. (C) |

三、複選題 50 分（每題 2.5 分）

- | | |
|----------------|-------------------|
| 1. (A B C D) | 11. (A B D) |
| 2. (A E) | 12. (A B C) |
| 3. (A B C) | 13. (A B C D E) |
| 4. (A B C D) | 14. (A C D) |
| 5. (A B C) | 15. (A B C D E) |
| 6. (B C D) | 16. (A D) |
| 7. (A D) | 17. (A B C D) |
| 8. (B C D) | 18. (A B D E) |
| 9. (A B C D) | 19. (A B E) |
| 10. (A B D) | 20. (B C) |