

臺灣菸酒股份有限公司 112 年從業職員及從業評價職位人員甄試試題  
**甄試類別【代碼】：從業評價職位人員／訪銷推廣(北一區)【W0401】、  
 訪銷推廣(北二區)【W0402】、  
 訪銷推廣(南一區)【W0403】、  
 訪銷推廣(東區)【W0404】、  
 展售推廣(東區)【W0405】、  
 營業(北二區)【W0458】、  
 訪銷推廣(原住民組)(北二區)【W0501】**

**專業科目 2：行銷管理學概要**

\*入場通知書編號：\_\_\_\_\_

注意：①作答前先檢查答案卡，測驗入場通知書編號、座位標籤、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，該節不予計分。  
 ②本試卷一張雙面，四選一單選選擇題共 50 題，每題 2 分，共 100 分。限用 2B 鉛筆在「答案卡」上作答，請選出一個正確或最適當答案，答錯不倒扣；以複選作答或未作答者，該題不予計分。  
 ③請勿於答案卡書寫應考人姓名、入場通知書編號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、儲存程式、文數字編輯、內建程式、外接插卡、攝（錄）影音、資料傳輸、通訊或類似功能），且不得發出聲響。應考人如有下列情事扣該節成績 10 分，如再犯者該節不予計分。1.電子計算器發出聲響，經制止仍執意續犯者。2.將不符規定之電子計算器置於桌面或使用，經制止仍執意續犯者。  
 ⑤答案卡務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

- 【2】1.在行銷調查中，下列何種方法強調母體中每一個體被抽中的機會都相同？  
 ①便利抽樣                      ②簡單隨機抽樣                      ③判斷抽樣                      ④雪球抽樣
- 【3】2.下列何者為消費者購買決策程序之第一步？  
 ①資訊蒐集                      ②替代方案評估                      ③問題確認                      ④制定購買決策
- 【2】3.消費者採用五階段之 AIETA 中最後一階段的 A 是指下列何者？  
 ①興趣                              ②接納                              ③評估                              ④試用
- 【1】4.下列何者不屬於服務行銷的特性？  
 ①有形性                              ②易變性                              ③不可分離性                      ④易消逝性
- 【3】5.明亮乾淨的餐廳、溫暖舒適的裝潢是屬於服務品質中何項構面？  
 ①反應性                              ②確保性                              ③有形性                              ④同理心
- 【4】6.一般而言，下列何種產品不屬於當價格增加時，人們對此產品的需求反而越大？  
 ①珠寶                              ②俱樂部的會員證                      ③保養品                              ④一般食品
- 【3】7.下列何者是銷售額導向的訂價目標？  
 ①利潤最大化                      ②目標投資報酬率                      ③市場占有率                      ④滿意的利潤
- 【2】8.米其林公司推出昂貴且長達八萬英哩壽命的高品質汽車輪胎屬於下列何種定價導向？  
 ①短期求生導向                      ②非經濟之品質宣示導向  
 ③利潤導向                              ④維持現狀導向
- 【4】9.下列何者不是行銷通路的功能？  
 ①交易功能                              ②促進功能                              ③物流功能                              ④安定社會功能
- 【2】10.某一通路成員具有特殊知識與專業能力，是屬於下列何種權力來源？  
 ①獎賞權力                              ②專家權力                              ③參考權力                              ④法治權力
- 【4】11.零售販賣之產品組合廣度低但深度高是屬於下列何種零售型態？  
 ①百貨公司                              ②超級市場                              ③便利商店                              ④專賣店
- 【3】12.下列何者不是人員銷售的特性？  
 ①回饋數量多                              ②雙向的訊息流向  
 ③接觸大量對象的速度快                      ④立即的回饋速度

- 【2】13.強調少吃肉抗暖化是屬於下列何種廣告訴求？  
 ①經濟訴求                              ②道德訴求                              ③便利性訴求                              ④歡樂訴求
- 【2】14.相對於關係行銷，下列何者為交易行銷的內涵？  
 ①顧客的忠誠                              ②顧客購買                              ③顧客滿意                              ④長期的成長與利潤
- 【1】15.有關需求，下列敘述何者正確？  
 ①需求是指在購買能力所支持下，而得以滿足的慾求  
 ②需求代表對於能滿足某一特定需要物品的欲望  
 ③需求只算是潛在的市場  
 ④當擁有購買力時，慾求還是不可能變為需求
- 【2】16.下列何者不是有效市場區隔的準則？  
 ①足量性                              ②同質性                              ③可接近性                              ④可回應性
- 【2】17.下列何者不是成本導向的訂價方法？  
 ①成本加成定價法                              ②認知價值定價法  
 ③目標報酬定價法                              ④價格底限定價法
- 【2】18. APPLE 公司在同一個品牌名稱下銷售所有產品是屬於下列何種策略？  
 ①混合品牌                              ②全產品家族品牌                      ③產品線家族品牌                      ④個別品牌
- 【3】19.在產品生命週期理論中，下列何者不是成長期的特性？  
 ①快速成長                              ②成本下降                              ③持續高價                              ④競爭者增加
- 【2】20.由工業用戶所構成的組織市場，不包含下列何種需求特性？  
 ①波動大的需求                              ②需求彈性較高                              ③聯合需求                              ④引申性需求
- 【1】21.在產品市場矩陣中，針對目前市場與現有產品，適合下列何種策略？  
 ①市場滲透                              ②市場發展                              ③產品發展                              ④多角化
- 【4】22.有關行銷資料蒐集工具之信度、效度，下列敘述何者錯誤？  
 ①信度是指是否能夠一致無誤衡量相同的事物  
 ②效度是指在衡量上的有效性或正確性  
 ③有效的資料蒐集工具必須同時擁有高效度與高信度  
 ④信度強調其所衡量的內容就是其真正想要衡量的內容
- 【2】23.有些人選擇不結婚或不生小孩，而是透過飼養寵物來替代特定需要，在此種情境中，寵物能滿足飼主的哪一種需要？  
 ①生理需要                              ②社會需要                              ③自尊需要                              ④自我實現需要
- 【1】24.下列何者的定義為人類感覺到某些基本滿足被剝奪的狀態？  
 ①需要(needs)                              ②慾望(wants)                              ③需求(demands)                              ④價值觀(values)
- 【4】25.現今許多領導型企業在營運時不僅僅考慮公司獲利，也同時關心顧客福利、環境永續議題及整體社會經濟福祉，此種思維較符合下列何種行銷管理導向？  
 ①行銷觀念(marketing concept)                              ②生產觀念(production concept)  
 ③銷售觀念(selling concept)                              ④社會行銷觀念(social marketing concept)
- 【4】26.有關使命陳述(mission statement)，下列敘述何者錯誤？  
 ①使命陳述應該要有意義且明確  
 ②使命陳述要能激勵員工，讓他們覺得自己的工作重要且有貢獻  
 ③使命陳述應該是市場導向而非產品導向  
 ④使命陳述應將重點放在提升營業額與利潤

【請接續背面】

- 【3】27.分析既有事業組合(business portfolio)時，知名的分析工具之一為波士頓顧問公司分析法(BCG Approach)。有關此分析工具，下列敘述何者錯誤？
- ①矩陣縱軸為市場成長率，衡量事業組合之市場吸引力
  - ②問題事業是處於高度成長但低度市場占有率的企業
  - ③金牛事業是處於高度成長且具有高度市場占有率的企業
  - ④矩陣中圓點大小代表該事業單位營業額多寡
- 【4】28.當疫情爆發時，民眾對於交通運輸的需求大幅降低，對運輸相關企業而言，此屬於 SWOT 分析中的哪一項？
- ①優勢
  - ②劣勢
  - ③機會
  - ④威脅
- 【3】29.「出生於 1997-2012 年間，對數位科技使用相當熟悉，進行社交或購物時，可以在線上線下無縫接軌，善變與不受拘束」為下列哪個世代？
- ① X 世代(Generation X)
  - ② 千禧世代(Millennials)
  - ③ Z 世代(Generation Z)
  - ④ 阿法世代(Generation Alpha)
- 【4】30.近年來台灣的生育率屢創新低，少子化速度居全球之冠，此為分析總體環境中的哪一類影響因素？
- ①科技
  - ②自然
  - ③文化
  - ④人口統計
- 【4】31.有關焦點團體訪談(focus group interviewing)，下列敘述何者錯誤？
- ①重要的行銷質性研究工具之一
  - ②能獲知消費者的感受與想法
  - ③可以觀察受訪者的臉部表情、肢體動作、團體互動以及對話模式
  - ④通常使用大樣本，因而能將研究結果進行一般化的推論
- 【2】32.電動車的駕駛方式與燃油汽車相同，此一特性屬於影響新產品採用之何種因素？
- ①相對優勢(relative advantage)
  - ②可相容性(compatibility)
  - ③可試用性(divisibility)
  - ④可傳達性(communicability)
- 【1】33.每個人在面對新產品時的準備程度不同，而喜歡冒險，願意在有風險的情況下採用新產品的人，是屬於下列何種類型？
- ①創新者(innovator)
  - ②早期採用者(early adopter)
  - ③早期大眾(early mainstream)
  - ④晚期大眾(late mainstream)
- 【3】34. A 廠商依據生活型態將購買者區分為喜歡從事戶外活動及喜歡從事室內靜態活動兩群，此一作法是採用何種區隔變數？
- ①地理變數
  - ②人口統計變數
  - ③心理統計變數
  - ④行為變數
- 【3】35.下列何種產品為消費者可能不知道或通常不會想到要購買的產品，製造商與通路商需要進行主動積極之廣告與人員銷售？
- ①便利品(convenience product)
  - ②選購品(shopping product)
  - ③非搜尋品(unsought product)
  - ④特殊品(specialty product)
- 【1】36.高露潔旗下有四項主要產品線，包括口腔保健產品線、個人護理產品線、家庭護理產品線及寵物營養產品線，此為產品組合的哪個面向？
- ①產品組合廣度(product width)
  - ②產品組合長度(product length)
  - ③產品組合深度(product depth)
  - ④產品組合一致性(product consistency)
- 【2】37.勃肯(Birkenstock)除了既有的鞋類產品外，推出同品牌衣服、飾品、護膚產品及寢具，此一作法屬於何種品牌發展策略？
- ①產品線延伸
  - ②品牌延伸
  - ③多品牌
  - ④新品牌

- 【4】38.星巴克推出的 VIA 即溶咖啡，在全國上市之前，花了數個月的時間在芝加哥及西雅圖星巴克店面進行測試，此一作法屬於新產品開發階段的哪一步驟？
- ①概念發展與測試
  - ②商業分析
  - ③產品開發
  - ④市場試銷
- 【2】39. JCPenney 百貨公司採取的作法是先訂定較高的價格，再經常性的推出促銷活動，此屬於何種定價策略？
- ①每日低價定價法(everyday low pricing)
  - ②高低定價法(high-low pricing)
  - ③附加價值定價法(value-added pricing)
  - ④損益平衡定價法(break-even pricing)
- 【2】40.昂貴的轎車或高級時尚服裝產業較常使用的配銷策略為下列何者？
- ①密集性配銷(intensive distribution)
  - ②獨家配銷(exclusive distribution)
  - ③選擇性配銷(selective distribution)
  - ④多重通路配銷(multichannel distribution)
- 【4】41.下列哪一種行銷管理導向，較能避免發生行銷短視症(marketing myopia)？
- ①生產觀念(production concept)
  - ②產品觀念(product concept)
  - ③銷售觀念(selling concept)
  - ④行銷觀念(marketing concept)
- 【3】42. Lexus 評估每一位忠誠顧客一生能夠為公司創造的銷售價值為 60 萬美元，此為下列何種顧客價值的衡量指標？
- ①顧客佔有率(share of customer)
  - ②顧客權益(customer equity)
  - ③顧客終身價值(customer lifetime value)
  - ④顧客忠誠度(customer loyalty)
- 【4】43.有關市場吸脂定價法(marketing-skimming pricing)的適用情況，下列何者錯誤？
- ①產品的品質與形象能支持高價位
  - ②需有足夠數量的購買者願意付高價來購買產品
  - ③生產小批數量的成本不能高到抵消高價的獲利
  - ④競爭者容易進入市場進行削價競爭
- 【1】44.亞馬遜(Amazon)近年來積極發展自有的包裹運送能力，包括無人機、自駕車及貨車運送，希望能降低配送費用並提高配送效率，是屬於下列何種垂直行銷系統？
- ①企業式垂直行銷系統(corporate VMS)
  - ②契約式垂直行銷系統(contractual VMS)
  - ③管理式垂直行銷系統(administered VMS)
  - ④加盟組織(franchise organization)
- 【2】45.溝通過程中，訊息接收者對於訊息發送者所傳遞的符號賦予意義的過程稱為下列何者？
- ①編碼(encoding)
  - ②解碼(decoding)
  - ③反應(response)
  - ④回饋(feedback)
- 【2】46. Google 在一支名為「一千億個字」的廣告影片當中提到：「每天翻譯超過 1000 億個字當中，出現最多次的單字是謝謝、你好嗎和我愛你」，這是採用何種廣告訴求？
- ①理性訴求
  - ②感性訴求
  - ③道德訴求
  - ④時間訴求
- 【2】47.下列何者指的是人們對事物或想法的相對一致性的評價、感覺與傾向？
- ①信念
  - ②態度
  - ③價值觀
  - ④文化
- 【3】48.人往往會以能夠支持自己既有信念的方式來解釋資訊，此為何種知覺過程？
- ①選擇性接觸(selective exposure)
  - ②選擇性注意(selective attention)
  - ③選擇性扭曲(selective distortion)
  - ④選擇性記憶(selective retention)
- 【2】49.有關銷售觀念與行銷觀念的比較，下列敘述何者錯誤？
- ①銷售觀念採行由內而外(inside-out)觀點；行銷觀念採由外而內(outside-in)觀點
  - ②銷售觀念起始點是清楚界定市場，著重顧客需要；行銷觀念起始點是工廠，焦點放在公司既有的產品
  - ③銷售觀念採取的方式是推銷及促銷；行銷觀念採行整合性行銷來影響消費者
  - ④銷售觀念透過增加銷售以創造利潤；行銷觀念透過提高顧客滿意度來創造利潤
- 【4】50.下列哪一樣使命陳述是市場導向的，依據顧客基本需要滿足而界定？
- ①我們販售咖啡與點心
  - ②我們是一個可以發布照片與影片的網路社群應用程式
  - ③我們是一家美妝產品零售商
  - ④我們讓顧客獲得夢想的居家環境