

# 臺灣菸酒股份有限公司

## 113 年從業職員及從業評價職位人員甄試 試題



甄試職別：從業職員

甄試類別：A01 電子商務（北一區）

A02 行銷企劃（中區）

測驗科目：專業科目 1

- 0003【行銷管理】

### — 作答注意事項 —

- ① 應考人須按編定座位入座，作答前應先自行檢查答案卡(卷)、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(卷)作答者，該節不予計分。
- ② 答案卡(卷)須保持清潔完整，請勿折疊、破壞或塗改入場通知書編號及條碼，亦不得書寫應考人姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。
- ③ 本試題本為雙面印刷，答案卡(卷)每人一張，不得要求增補。未依規定劃記答案卡(卷)或書寫不清、污損、超出欄位外等，致讀卡機器無法正確判讀時，由應考人自行負責，不得提出異議。
- ④ 選擇題限用 2B 鉛筆劃記。請按試題之題號，依序在答案卡上同題號之劃記答案處作答，並完全塗滿方格，不塗出方格外。未劃記者，不予計分。如答案要更改時，請用橡皮擦擦拭乾淨，再行作答，切不可留有黑色殘跡，或將答案卡污損，也切勿使用修正帶(液)。
- ⑤ 非選擇題：限用藍、黑色鋼筆或原子筆、修正帶(液)等文具作答。
- ⑥ 測驗期間嚴禁使用行動電話或其他具可傳輸、掃描、交換或儲存資料功能之電子通訊器材或穿戴式裝置(包括但不限於：微型耳機、智慧型手錶、智慧型手環、智慧型眼鏡、電子字典、個人數位助理機、呼叫器等)，請關機並取消鬧鈴及整點報時裝置後，妥為收納不得使用，違者扣該節成績 20 分，續犯者該節不予計分。
- ⑦ 請務必將鐘錶之鬧鈴及整點報時功能關閉，若測驗中聲響經監試人員制止而再犯者，扣該節成績 10 分；該鐘錶並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
- ⑧ 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。
- ⑨ 測驗結束鈴(鐘)響前不得離場，測驗期間擅自離場者，該節以零分計。測驗結束鈴(鐘)響前不得繳卷。測驗結束鈴(鐘)響即須停筆。測驗結束鈴(鐘)響後，若未繳交答案卡(卷)者，該節以零分計。繳卷時，應經監試人員驗收後始得離場。
- ⑩ 應考人於測驗當日每節測驗時間結束後，得向試場監試人員索取考畢之試題。

考生於應試期間應遵守簡章所載試場規則。違反規定者，經提報本考試甄試委員會予以試場規則之條文規定議處。

臺灣菸酒股份有限公司 113 年從業職員及從業評價職位人員甄試試題

甄試職別：從業職員

甄試類別：A01 電子商務（北一區）、A02 行銷企劃（中區）

專業科目 1：0003【行銷管理】

\*入場通知書編號：\_\_\_\_\_

- 注意：
- ① 本試題為雙面印刷，不含封面共計 1 頁，測驗題型為非選擇題共 4 大題，每題各 25 分，總計 100 分。
  - ② 非選擇題限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，並請依標題指示之題號於各題指定作答區內作答。
  - ③ 請勿於答案卡(卷)上書寫應考人姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。
  - ④ 答案卡(卷)務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

第一題【25 分】

管理大師 Peter Drucker：「行銷在於真正了解顧客，且所提供的產品或服務能完全符合其需要，產品本身就可達成銷售之功能。」心理學家馬斯洛認為人類有五大基本需要。請問馬斯洛需要層級理論(Maslow's hierarchy of needs)包含哪五大需要層級？請由最低到最高層級詳細說明其內容並舉實例說明。(每項各 5 分，共 25 分)

第二題【25 分】

市場調查所要蒐集的資料來源可分為「初級資料」及「次級資料」。請問

1. 何謂「初級資料」及「次級資料」？(10 分)
2. 蒐集資料的研究方法又可以分為「問卷調查訪談法」、「觀察法」和「實驗法」，請詳細說明這 3 種研究方法的內容。(15 分)

第三題【25 分】

行銷人員必須是環境趨勢追蹤者及機會搜尋者。行銷環境由個體環境及總體環境組合而成。請問

1. 何謂行銷環境中的「總體環境」與「個體環境」，有何不同？(10 分)
2. 請詳細說明總體環境所包含的主要力量，及個體環境所包含的主要團體。(15 分)

第四題【25 分】

消費者在每次購物都會歷經「購買決策過程」的五個階段。

1. 請問是哪五個階段，並詳細說明其內容。(15 分)
2. 請舉一個購物實例，說明消費者如何開始，逐步進行這五階段購買的過程。(10 分)

試題完