

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）

測驗科目：專業科目 2

- 0034 【電子商務】

— 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）

專業科目 2：0034【電子商務】

*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 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】

社群媒體(social media)已經成為企業經營上不可或缺的工具之一，而建立品牌社群(brand community)更是成為一種熱門趨勢，請回答下列問題：

- (一) 何謂品牌社群？(5 分)
- (二) 企業建立品牌社群的目的為何？(10 分)
- (三) 臺灣菸酒公司如何使用品牌社群提高顧客購物意願？(10 分)

第二題【25 分】

在進行網路行銷時，廣告效益的評估是非常重要的事項，請回答下列的問題：

- (一) 何謂點擊率(click-through rate)與轉換率(conversion rate)？(10 分)
- (二) 請以 AIDA 模式為基礎，解釋提升點擊率與轉換率的方法(15 分)

第三題【25 分】

在網路購物中，風險(risk)是影響顧客進行購物決策的重要因素之一，請回答下列問題：

- (一) 何謂風險？(5 分)
- (二) 在電子商務中，顧客經常面對的風險有哪些？(10 分)
- (三) 電子商務經營者應該如何降低此些風險？(10 分)

第四題【25 分】

科技創新經常改變電子商務網站的經營方式，請以人工智慧(artificial intelligence, AI)與擴增實境(augmented reality, AR)二種科技為例，回答下列問題：

- (一) 何謂人工智慧與擴增實境技術？(10 分)
- (二) 電子商務管理者如何應用人工智慧與擴增實境技術提升顧客體驗與購買意願？請以臺灣菸酒公司為例，進行說明。(15 分)

試題完