

中華電信股份有限公司所屬機構 102 年從業人員(基層專員)遴選試題

遴選類別【代碼】：業務類專業職(四)第一類專員【E5811-E5812】

專業科目：(1)企業管理 (2)行銷學 請填寫入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卡(卷)、入場通知書編號、桌角號碼、應試類別是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。
②本試卷為一張雙面，測驗題型分為【四選一單選選擇題 60 題，每題 1 分，合計 60 分】與【非選擇題 4 題，每題 10 分，合計 40 分】。
③選擇題限以 2B 鉛筆於答案卡上作答，請選出最適當答案，答錯不倒扣；未作答者，不予計分。
④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，並請從答案卷內第一頁開始書寫，違反者該科酌予扣分，不必抄題但須標示題號。
⑤請勿於答案卡(卷)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。
⑥應考人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，該科扣 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。
⑦答案卡(卷)務必繳回，未繳回者該科以零分計算。

壹、四選一單選選擇題 60 題 (每題 1 分)

【3】1. 依據程序學派的觀點，管理功能中何者較需要用到人際關係技巧？

- ① 規劃 ② 組織 ③ 領導 ④ 控制

【1】2. 在波特(Michael Porter)教授的產業競爭分析架構中，和企業站在既競爭又合作的立場的是：

- ① 供應商 ② 替代品 ③ 潛在進入者 ④ 產業現有競爭者

【1】3. 不同的人會對相同的角色有不同期望，這種現象稱之為：

- ① 角色知覺 ② 角色認同 ③ 角色模糊 ④ 角色衝突

【1】4. 就計畫制定時所考慮的層面而言，下列何者為高階管理者擬訂的計畫類型？

- ① 策略性計畫 ② 功能性計畫 ③ 作業性計畫 ④ 專案計畫

【3】5. 管理者所作的決策大多屬於下列何者？

- ① 理性決策 ② 盲目猜測 ③ 有限理性 ④ 隨機決策

【4】6. 企業舉辦訓練最終要達成的目標是：

- ① 期末測驗達到標準 ② 員工對訓練內容滿意
③ 員工態度或行為改變 ④ 組織績效提升

【1】7. 在波斯頓顧問團模式(BCG)中，企業資金的主要來源是：

- ① 金牛 ② 明星 ③ 問題兒童 ④ 狗

【3】8. 組織的控制幅度越大，則：

- ① 組織層級越高 ② 管理者人數越多
③ 組織越扁平 ④ 管理者所管轄的員工人數越少

【2】9. 企業面臨複雜的經營環境時，何種組織結構較為適合？

- ① 機械式組織 ② 有機式組織
③ 矩陣式組織 ④ 功能式組織

【2】10. 高科技產業的核心競爭力在於下列何者？

- ① 資金 ② 人才 ③ 設備 ④ 土地

【4】11. 「溝通」係指下列何者？

- ① 僅是訊息的傳遞 ② 僅是表達自己的意見
③ 說服對方接受自己的意念 ④ 意念的表達與了解

【4】12. 監督業務的進行，指出問題進行修正，以確保目標達成的程序是：

- ① 規劃 ② 組織 ③ 領導 ④ 控制

【1】13. ISO-9000 品質認證制度的重點在於下列何者？

- ① 品質保證 ② 品質檢驗 ③ 統計品質管理 ④ 品牌制度

【2】14. 企業所有者與經營者的利益衝突的問題被稱為：

- ① 管理問題 ② 代理問題 ③ 治理問題 ④ 監督問題

【3】15. 企業的目標應該是追求：

- ① 以最大獲利為唯一目標 ② 以善盡社會責任為唯一目標
③ 利潤與社會責任的均衡 ④ 全人類最大福祉

【3】16. 對高階主管而言，最重要的能力是：

- ① 技術能力 ② 人際關係能力 ③ 概念化能力 ④ 政治能力

【4】17. 下列何者為負有無限清償責任的股東？

- ① 有限公司的股東
② 股份有限公司的股東
③ 兩合公司中負有限責任的股東
④ 兩合公司中負無限責任的股東

【1】18. 依照經濟學的理论，在何種市場結構下廠商擁有完全的訂價權？

- ① 獨占市場 ② 寡占市場
③ 獨占競爭市場 ④ 完全競爭市場

【2】19. 產品銷售出去後，因品質不良造成的退貨、維修、商譽損失等，稱之為：

- ① 內部失靈成本 ② 外部失靈成本
③ 檢驗成本 ④ 預防成本

【4】20. 在採購機器設備時，除了性能之外，對成本的考慮應以何者為主？A. 原始取得成本；B. 使用操作成本；C. 維修保養成本

- ① 僅 A、B ② 僅 B、C ③ 僅 A、C ④ A、B、C

【4】21. 人力資源管理的工作屬於下列何者？

- ① 僅是直線主管的責任
② 僅是專業幕僚的工作
③ 僅是高階主管的職責
④ 應為專業幕僚和直線主管的共同工作

【1】22. 表達企業特定時點財務狀況的報表是：

- ① 資產負債表 ② 損益表
③ 現金流量表 ④ 股東權益變動表

【4】23. 有關財務槓桿和業務風險的關係，下列敘述何者正確？

- ① 財務風險高時業務風險就高
② 業務風險高時應可採用財務槓桿
③ 財務風險低時即可提高業務風險
④ 業務風險高時不宜採用財務槓桿

【2】24. 在資產負債表中代表資金來源的是：A. 資產；B. 負債；C. 股東權益

- ① 僅 A、B ② 僅 B、C ③ 僅 A、C ④ A、B、C

【2】25. 學者莫爾(Geoffrey Moore)和麥克肯納(Regis McKenna)所提出的「技術採用生命週期(Technology Adoption Life Cycle)」中的鴻溝(cracks)係指：

- ① 創新者和早期採用者之間的位置
② 早期採用者和早期大眾之間的位置
③ 早期大眾和晚期大眾之間的位置
④ 晚期大眾和落後者之間的位置

【1】26. 實驗或理論的創見性工作，研究結果是一種知識的發現，並未預期任何特定應用目的性質的研究，稱為：

- ① 基礎研究 ② 應用研究
③ 技術發展 ④ 商業化應用

【4】27. 取得技術的各種來源中，最快的方式為：

- ① 自主研究 ② 委託研究
③ 合作研究 ④ 購買技術專利

【2】28. 政府採購法中規定，達新台幣多少金額以上的採購案件需要公開招標？

- ① 10 萬元 ② 100 萬元 ③ 1000 萬元 ④ 2000 萬元

【3】29. 估計企業未來人力需求的種類與數量，並找尋補充人力的方法，稱之為：

- ① 工作設計 ② 工作分析
③ 人力資源規劃 ④ 招募甄選

【1】30. 在做固定資產投資決策時，只評估現金流量，未考慮貨幣時間價值的方法是：

- ① 回收期法 ② 折現後回收法
③ 淨現值法 ④ 內部報酬率法

【2】31. 透過交換過程以滿足顧客需要的活動，稱之為：

- ① 生產 ② 行銷 ③ 研發 ④ 投資

【4】32. 一般行銷策略規劃常用的 SWOT 分析，其中的「T」是指：

- ① 優勢 ② 劣勢 ③ 機會 ④ 威脅

【1】33. 組織對於過去曾經購買的產品，再一次向同一個供應商購買，這種購買型態稱為：

- ① 直接再購 ② 修正再購 ③ 全新購買 ④ 全球採購

【2】34. 產品、定價、通路、推廣，四者合稱為：

- ① 行銷目標 ② 行銷組合 ③ 行銷控制 ④ 行銷溝通

【3】35. 目標市場行銷可分為 STP 三步驟，其中「P」是指：

- ① 市場區隔 ② 選擇目標市場 ③ 定位 ④ 促銷

【4】36. 新產品開發過程中，上市前的最後一個步驟是：

- ① 構想產生 ② 概念發展 ③ 產品測試 ④ 試銷

【4】37. 下列何者是影響消費者決策的社會文化因素？

- ① 動機 ② 所得 ③ 性別 ④ 社會階級

【2】38. 產品特地訂定高價，以使消費者覺得產品具有較高的聲望或品質，這種定價法稱為：

- ① 畸零定價 ② 名望定價 ③ 滲透定價 ④ 促銷定價

【1】39. 旅行社在旅遊淡季時以破盤價推出低價團刺激買氣，此屬於何種促銷定價方式？

- ① 季節折扣 ② 現金折扣 ③ 換購折讓 ④ 數量折扣

【請接續背面】

【1】40.市面上大部分的新產品是在現有產品上作局部的改變，且不涉及產品基本功能的變動。這是屬於何種創新？

- ①連續性創新
- ②動態連續性創新
- ③非連續性創新
- ④服務創新

【1】41.某公司為 X 產品擬定的行銷計畫指出：「希望 X 產品明年度銷售達到 2 萬台，營業額達到 2 億元」，這屬於行銷計畫的哪一項目？

- ①行銷目標
- ②行銷策略
- ③行動方案
- ④行銷情勢分析

【2】42.某電信業者推出「學生限定」的通話 + 行動上網優惠專案，這是何種區隔設計？

- ①地理區隔
- ②人口統計變數區隔
- ③心理統計變數區隔
- ④反應層級區隔

【3】43.在組織購買過程中負責與供應商洽談和簽約的人，稱為：

- ①發起者
- ②把關者
- ③購買者
- ④使用者

【1】44.進行市場區隔的前提是市場需求具有：

- ①異質性
- ②同質性
- ③無形性
- ④回溯性

【2】45.廠商設計不同的產品和行銷組合，進入兩個或兩個以上的市場，稱為：

- ①集中行銷
- ②差異化行銷
- ③無差異行銷
- ④利基行銷

【1】46.最適合便利品的配銷方式是：

- ①密集式配銷
- ②獨家式配銷
- ③選擇式配銷
- ④垂直式配銷

【2】47.在消費當中或過後便能夠加以判斷其品質的屬性，稱為：

- ①搜尋屬性
- ②經驗屬性
- ③信任屬性
- ④外部屬性

【4】48.某保養品業者長年實施「空瓶回收可折抵消費金額」活動，這是符合下列何種觀念？

- ①產品觀念
- ②生產觀念
- ③銷售觀念
- ④社會行銷觀念

【1】49.根據期望落差模式(expectation disconfirmation model)，顧客在下列何種情況時會感到滿意？

- ①產品表現超越預期
- ②產品表現低於預期
- ③與其他顧客付出相同金錢，得到品質較差的產品
- ④比其他顧客付出較多金錢，得到品質相同的產品

【3】50.在服務三角形中，「互動行銷」指的是哪二者之間的行銷活動？

- ①組織與顧客
- ②組織與員工
- ③員工與顧客
- ④股東與顧客

【1】51.廣告管理的 5M 是指廣告任務或目的、廣告訊息、廣告效果、廣告預算及：

- ①媒體
- ②觀眾
- ③廣告訴求
- ④廣告公司

【3】52.下列何者是企業建立公共關係的方式？

- ①電話行銷
- ②電視購物
- ③贊助公益活動
- ④買一送一

【2】53.下列有關行銷觀念(marketing concept)的敘述，何者正確？

- ①以製造廠商為出發點
- ②焦點在於顧客需要
- ③以強勢推銷為主要手段
- ④利潤來自銷售量極大化

【4】54.有些銀行延長服務時段至晚間 7 點，這為消費者創造了何種效用？

- ①形式效用
- ②資訊效用
- ③地點效用
- ④時間效用

【3】55.下列何者所販售的產品組合廣度(width)最窄？

- ①百貨公司
- ②超級市場
- ③專賣店
- ④大賣場

【3】56.文具製造廠商將產品賣給中盤商，再由中盤商配銷至書局，書局再出售給消費者。這種通路型態屬於：

- ①零階通路
- ②一階通路
- ③二階通路
- ④三階通路

【4】57.蘋果電腦在 2005 年中決定停產 40GB iPod Photo，但仍保留功能相近而機體較薄的 30GB iPod。此項決策稱為：

- ①向上延伸
- ②雙向延伸
- ③產品線填補
- ④產品線縮減

【2】58.根據 BCG 模式，高市場占有率和高市場成長率的事業單位稱為：

- ①問題事業
- ②明星事業
- ③金牛事業
- ④老狗事業

【4】59.某飲料的製造單位成本是 10 元，製造商加成 20% 賣給批發商，批發商依進價加上 25% 成本加成作為批發價，零售商再依批發價加上 40% 作為零售價。請問該飲料的零售價格是多少？

- ① 12 元
- ② 15 元
- ③ 18 元
- ④ 21 元

【3】60.下列有關郵寄調查、電話調查、人員調查的比較敘述，何者正確？

- ①郵寄調查之單位成本最高
- ②人員調查可蒐集到的資訊量最少
- ③電話調查之資料回收時間最快
- ④電話調查所能涵蓋的區域範圍最小

貳、非選擇題四大題（每大題 10 分）

題目一：

產品生命週期可以分為哪些階段？各階段的特性為何？廠商在生命週期不同階段的努力重點方向為何？【10 分】

題目二：

企業組織在為成員做績效評估時，通常可以由哪些人來做評估？不同的評估者各有何優缺點？【10 分】

題目三：

推廣策略可分為「推的策略」(push strategy)與「拉的策略」(pull strategy)兩種。請分別說明兩者之要點及常用的推廣工具。【10 分】

題目四：

請以智慧型手機為例，簡述消費者購買決策過程的五個階段。【10 分】