

試題及標準答案

次別： 全國各級農會第 7 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

題號	答案	題目
1.	○	觀察研究法(observation research)是屬於定量研究的一種
2.	X	果農直接在線上販賣自己的農產品，透過郵寄和宅配直接送到消費者手上，是屬於一階通路
3.	○	因為俄烏戰爭，導致有些商品價格越高反而需求越大，我們稱該類商品為季芬財(Giffen' s goods)
4.	X	人員銷售((Personal Selling) 是最具說服力、接觸範圍最大，也是最經濟的推廣策略
5.	X	產品分類中，「忽略品」是指價格低廉且經常購買，不會在意選購品牌的產品
6.	X	畸零訂價法(odd-even pricing)是以成本加上一定的利潤，用低價吸引顧客的訂價法
7.	○	產品線填充 (Product Line Filling) 是指廠商在一條產品線中導入新的產品，使產品線更加完整
8.	○	品牌權益(Brand Equity) 就是品牌的淨資產價值
9.	○	B2B2C(Business to Business to Consumer)模式是廠商提供貨品，透過平台商將貨品銷售給消費者，例如 PChome 商店街即是
10.	X	授權(Licensing)是一種更大範圍形式的加盟(Franchise)，包括使用廠商的商標、技術、經營模式等等

二、單選題 40 分（每題 2 分）共 20 題

題號	答案	題目
1.	B	想要推估某一市場的規模，挑選另一個與之類似的市場，並根據該市場既有規模資料來推估，這是(A)連鎖比例法 (B)類推法 (C)商業稽核法 (D)迴歸分析
2.	B	某農業公司對現有顧客提供更多元的新產品，增加荷包佔有率，這種成長策略稱為 (A)滲透策略 (B)產品開發策略 (C)市場開發策略 (D)多角化策略

3.	B	消費者決策過程中，出現認知失調(Cognitive Dissonance)，以下敘述何者為錯？(A) 通常出現在涉入程度較大的商品 (B)線上購物較不容易產生此問題 (C)容易出現在購後評估階段 (D)提供分期付款或品質保證可以降低此問題
4.	D	消費者購買決策過程，哪一個步驟最先發生？(A)購買 (B)消費後評估 (C)資訊搜尋 (D)問題/需求察覺
5.	C	有許多消費者因為網紅在網路上推波銷貨而購買，網紅的角色是 (A)同儕團體 (B)參考團體 (C)意見領袖 (D)偶像團體
6.	A	對現存產品做些微差異改變，不涉及產品基本功能的變動，稱為(A)連續性創新(B)顧客驅動創新 (C)技術驅動創新 (D)小確幸創新
7.	B	就市場區隔變數而言，「忠誠度」是 (A)人口統計變數 (B)行為變數 (C)地理變數 (D)心理變數
8.	C	某農會在宅配外包裝箱上設立了一個標識 logo，讓大家一看就知道是農會的優質宅配服務，請問這是行銷 7P 中的 (A) Pricing (B)Place (C)Physical evidence (D)Promotion
9.	C	某農民栽種出新品種哈密瓜，熱銷之際卻發現種植的原有品種哈密瓜卻乏人問津，請問這是產品延伸後的什麼效應？(A)品牌稀釋 (B)品牌移情 (C)產品競食 (D)質能互換
10.	B	日用商品百貨通常在分類上是屬於 (A)特殊品 (B)便利品 (C)忽略品 (D)促銷品
11.	B	行銷規劃流程，包括①環境分析 ②市場定位 ③行銷組合 ④市場區隔，以上步驟進行的順序是：(A)①③④② (B)①④②③ (C)②④①③ (D)①②③④
12.	A	下列何者不是直效行銷(Direct Marketing)的方式？(A)量販銷售 (B)型錄銷售 (C)電話行銷 (D)線上商城
13.	D	某觀光農場的入門票價在旅遊淡季時比旺季便宜很多，請問該農場採用的訂價策略是 (A)刮脂訂價法 (B)成本加成訂價法 (D)滲透訂價法 (D)差別訂價法
14.	C	農曆初一、十五前電視出現醬瓜、麵筋廣告，是屬於(A)說服式廣告 (B)告知式廣告(C)提醒式廣告 (D)公共服務廣告
15.	D	台灣中油開始販售自創品牌「Cup&Go 咖啡」，請問這是何種成長策略？(A)產品升級 (B)產品延伸 (C)產品聯想 (D)

		多角化
16.	C	韓劇中常出現商品的特寫或刻意使用，此種行銷手法稱為 (A)強迫行銷 (B)病毒行銷 (C)置入行銷 (D)洗腦行銷
17.	C	某農產品行銷，強調在地連結與照顧農民，這是行銷的 (A)理性訴求 (B)道德訴求 (C)感性訴求 (D)優越感訴求
18.	A	可口可樂旗下有茶飲料、果汁、運動飲料等，請問它的品牌策略是 (A)個別品牌 (B)家族品牌 (C)混合品牌 (D)領導品牌
19.	B	好來化工(Hawley & Hazel)將原來暢銷產品「黑人牙膏」改名為「好來牙膏」，其品牌轉型的策略類型是 (A)升級(upgrade)策略 (B)重塑(Rebrand)策略 (C)重定位(Reposition)策略 (D)加強(Enhance)策略
20.	C	奇異果 Zespri 是屬於 (A)通路品牌 (B)成分品牌 (C)產品品牌 (D)私有品牌

三、複選題 50 分 (每題 2.5 分) 共 20 題

題號	答案	題目
1.	BDE	計畫行為理論(Theory of Planned Behavior)中影響行為意象的主要因素有那些? (A)資訊蒐集 (B)態度 (C)購後行為 (D)主觀規範 (E)行為意圖
2.	ACD	下列有關服務三角(Service Triangle)，下列何者為真? (A)由服務策略、服務系統、服務人員三個因素組成 (B)是組織、顧客、供應商三者所組成 (C)由內部行銷、外部行銷、互動行銷三者互相整合而成 (D)內部行銷是指公司對員工的行銷活動 (E)互動行銷是顧客對公司的行銷活動
3.	BC	消費者行為模式從 AIDMA 模式轉變成 AISAS 模式，下列敘述何者錯誤? (A)AIDMA 的 M 是指消費者記憶(Memory) (B)兩個模式間的差異是因為消費交易模式產生轉變 (C) AISAS 模式的兩個 S 是指搜尋(Search)和服務(Service) (D)AIDMA 的兩個 A 是指注意(Attention)與行動(Action) (E)隨著資訊的普及性與便利性，消費者的內部資訊搜尋階段越不重要，所以 Memory 的角色被 Search 所取代
4.	ACE	以消費者觀點所發展的 4C 理論，不包含下列哪些? (A)Change (變革) (B)Cost (成本) (C)Coaching (訓練) (D) Communication (溝通) (E) Care(照護)

5.	CE	有關顧客旅程地圖(Customer Journey Map/CJM)敘述，下列何者為非？(A)是顧客與商家互動環節所串連成的一段紀錄 (B)是由一連串的接觸點(touch points)所構成 (C)當中需要許多大數據資料的協助 (D)著重在顧客體驗(customer experience)的分析 (E)通常可以用 google analytic 進行分析
6.	ADE	消費者購買時可能發生的知覺風險包括：(A)財務風險 (B)折舊風險 (C)經濟風險 (D)績效風險 (E)身體風險
7.	BCE	企業購買者行為類型包含以下哪幾種？(A)折舊採購 (B)修正重購 (C)直接重購 (D)平台採購 (E)全新採購
8.	ABC D	以下名詞何者用以形容消費者跟從大眾流行的消費行為？(A)從眾行為(conformity) (B)樂隊花車效應(Bandwagon Effect) (C)艾許現象 (Asch Phenomenon) (D)羊群效應(Herd Behavior) (E)月暈效應(Halo Effect)
9.	BDE	市場區隔的有效條件，包括：(A)減量性 (B)可差異化 (C)可視化 (D)可接近性 (E)可衡量性
10.	ABD	Costco 開設加油站，油品每公升降價 3 元，是同業中最低價，請問此種策略稱為：(A)犧牲打策略 (B)招徠訂價法 (C)以價制量法 (D)特價商品訂價法 (E)帝王訂價法
11.	CE	農產運銷主要功能有哪些？(A)縮小城鄉差距(B)促進農業加工化、服務化 (C)供需調節 (D)提高智慧化 (E)促進交易公平性
12.	BC	推廣(Promotion)的基本任務有哪些？(A)暗示 (B)告知 (C)提醒 (D)行動 (E)反饋
13.	ACD	有關產品生命週期與價格的關係，下列說法何者為真？(A)在導入期時為了快速回收成本，訂價通常較高 (B)成長期時為了與其他廠商競爭，通常採取殺價競爭 (C)成熟期時廠商通常會訂定與競爭者相類似的價格 (D)衰退期的產品有可能再度降價，但也有可能不降反升 (E)成熟期的產品價格不可能再上升
14.	AC	根據產品層次分類，下列說明何者為真？(A)核心產品(core product) 是最基本的層次 (B)期望產品(Expected Product)是未上市且消費者期待的产品 (C)延伸產品(Augmented Product)提供超越顧客期望額外的服務與利益 (D)潛力產品(Potential Product)是指 CP 值最佳的产品

		(E)期望產品的售價通常都比其他層次來得高
15.	BD	請問下列訂價法中，哪些是屬於顧客導向的訂價法？(A)加成訂價法 (B)認知價值訂價法 (C)目標報酬訂價法 (D)心理訂價法 (E)價格底限訂價法
16.	AD	公共關係中的危機處理原則包括：(A)及時行動 (B)避免反應 (C)基層出面 (D)展現誠意 (E)三級三審
17.	ADE	農產運銷過程主要程序包括：(A)集中 (B)加工 (C)配給 (D)均衡 (E)分散
18.	送分	根據 Aaker 的理論，品牌權益高低，取決於 (A)品牌忠誠度 (Brand Loyalty)(B)品牌差異度(Brand Difference) (C)品牌聲量(Brand Volume) (C)品牌相關性(Brand Association) (E)品牌知名度(Brand Awareness)
19.	ABC DE	有關自有品牌(Private Brand)下列敘述何者正確？(A)又稱為商店品牌(Store Brand) (B)係指中間商發展的品牌 (C)通常低價是自有品牌的優勢 (D)自有品牌可以用來制衡製造商品牌的價格 (E)Costco 的 Kirkland 以及 7-11 的 7 SELECT 都是自有品牌
20.	ACD	下列有關「無店鋪零售」(non-store retailing)敘述，何者正確？(A)係指不需要實體店面的零售型態 (B)是 O2O 模式的衍生 (C)地攤、推車等都是此種類型 (D)直銷也是當中的一種類型 (E)自動販賣機並不算是無店鋪零售