

試題及標準答案

次別： 全國各級農會第 8 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.	☐	某連鎖零售通路宣布成立物流公司，以配合連鎖店經營之配送需求並對外營業。此連鎖零售通路建立物流公司的策略，為多角化經營策略。
2.	☐	李維特(Theodore Levitt)提到消費者需要的不一定是鑽孔機，而是門上的孔的論述。以此來警惕業者注意行銷短視症(marketing myopia)。
3.	☐	有關大數據行銷(big data marketing)，包括數據量巨大(Volume)、數據類型多樣化(Variety)、數據處理速度快(Velocity)與數據真確性高(Veracity)等特性。
4.	X	馬斯洛(Abraham Maslow)的需要階層依序為生理需要、安全需要、尊重需要、社會需要與自我實現需要。
5.	X	人口統計學以年齡群體(age cohort)將同一區間，成長過程類似的消費者所構成群體，簡稱為不同的世代。 例如 Y 世代，又稱數位原生世代(digital native)。他們一出生即在與網際網路或行動裝置有關的環境中成長。
6.	☐	根據長尾理論(The Long Tail)，一些因為低銷售量而被傳統通路下架的商品，也獲得上架銷售的機會。
7.	X	在市場區隔變數條件中，足量性指行銷人員有足夠的資源數量去接觸到區隔內的消費者。
8.	☐	品牌權益(brand equity)是賦予產品或服務附加價值。品牌權益是公司重要的無形資產，有心理面與財務面價值。
9.	X	垂直行銷通路系統(vertical marketing channel, VMS)，由兩個或兩個以上無關公司結合資源或計畫，以開創新出現的市場機會。例如連鎖超市與銀行合作，設立店內金融業務等。
10.	X	「薄利多銷」指的是當價格彈性小於 1 的時候，降價可以增加銷售金額。

二、單選題 40 分（每題 2 分）共 20 題

題號	答案	題目
1.	(C)	有關 BCG 模式。其中，明星事業(star)，通常處於產品生命週期哪一階段？(A)導入期(introduction stage)；(B)成長

		期(growth stage)；(C)成熟期(maturity stage)；(D)衰退期(decline stage)。
2.	(C)	關係行銷主要為顧客關係管理(customer relationship management, CRM)。而管理顧客關係最常見的做法為 (A)收購信用卡資料；(B)每年舉辦消費者問卷調查；(C)建立會員資料庫；(D)舉辦周年慶活動。
3.	(D)	小張假日喜歡爬山，平常會逛登山用品店。平日的興趣是聽音樂。並且喜歡在個人部落格發表音樂評論看法等，請問以上的行為，可以了解小張的 (A)自我意識；(B)社會階級；(C)從眾行為；(D)生活型態。
4.	(C)	小銘的手機摔壞了。從網路收集手機資訊，先篩選手機品牌，和手機。最後篩選剩下 iPhone 和 Samsung 兩個。請問，iPhone 和 Samsung 是小銘的甚麼集合？(A)知曉集合(awareness set)；(B)全部集合(total set)；(C)選擇集合(choice set)；(D)喚起集合(consideration set)。
5.	(D)	在影響消費者購買行為因素中，馬斯洛提出的需求層級理論(Maslow's hierarchy of needs)，主要是消費者的哪一項特徵？(A)文化因素；(B)社會因素；(C)個人背景因素；(D)個人心理因素。
6.	(D)	消費者購買決策中，包括以下各階段。一般而言，其順序為何？(1)購後行為；(2)購買；(3)方案評估；(4)資訊蒐集；(5)問題察覺。(A)53421；(B)34215；(C)42351；(D)54321。
7.	(A)	賓士汽車(Mercede-Benz)專注經營金字塔頂端消費者的汽車市場。這是何種市場行銷策略？(A)集中市場；(B)產品專業化行銷；(C)市場專業化行銷；(D)無差異行銷。
8.	(C)	因應消費者環保意識抬頭。某集團推動碳中和餐廳。這是著眼於何種市場區隔變數？(A)地理區隔變數；(B)人口統計變數；(C)心理統計變數；(D)行為變數。
9.	(D)	廠商因為資源有限，指選擇進入一個或少數幾個市場區隔。此種策略，稱為 (A)個人化行銷；(B)差異化行銷；(C)大眾行銷；(D)集中行銷。
10.	(B)	房屋廣告訊息，常包括坪數，或房型，如套房、公寓等。請問這與何種市場區隔變數有關？(A)人格特質；(B)家庭生命週期；(C)社會階級；(D)居住地區。
11.	(B)	在新產品發展流程中，「篩選(screening)」與「概念測試(concept tests)」的作用為何？(A)發展適當的促銷方法；(B)刪除不適宜的創意以及預測消費者的接受度；(C)估算新產品的銷售數量；(D)評估試銷的期間。

12.	(B)	有關特殊品(specialty product)的行銷策略，何者正確？ (A)採取市場滲透策略；(B)銷售地點不需要設立在便於到達的地方；(C)產品線越短越好；(D)電視廣告的推廣效果最好。
13.	(A)	新的 iPhone15 推出日，小銘第一時間漏夜排隊購買。請問小銘是哪一種類型的採用者？ (A)創新者；(B)早期採用者；(C)早期大眾；(D)晚期大眾。
14.	(B)	團體中的意見領袖(opinion leader)，通常為新產品採用過程中的哪一類消費者？ (A)創新者(innovators)；(B)早期採用者(early adopters)；(C)早期大眾(early majority)；(D)晚期大眾(late majority)。
15.	(B)	豐田汽車(Toyota)除了原本的车系外，更推出凌志汽車(Lexus)，請問這是甚麼策略？ (A)向下延伸；(B)向上延伸；(C)雙向延伸；(D)品牌延伸。
16.	(A)	在筆電等產品上，會加貼「Intel inside」的貼紙。請問這是甚麼品牌策略？ (A)元件共同品牌；(B)同公司共同品牌；(C)合資共同品牌；(D)多家公司共同品牌。
17.	(C)	將幾種產品組合販售，其售價低於幾種產品之總價。此為何種定價方法？ (A)互補產品定價(complementary product pricing)；(B)產品線定價(product line pricing)；(C)配套定價(bundle pricing)；(D)心理定價(psychological pricing)。
18.	(C)	假設某產品固定成本 40,000 元，變動成本每單位 8 元。假設產品定價為 10 元。則損益平衡點的產量為多少個？ (A)80,000 個；(B)10,000 個；(C)20,000 個；(D)40,000 個。
19.	(B)	從行銷職能(marketing function)的角度來看，中間商最重要的是 (A)中間商品牌有助於降低消費者的購買風險；(B)減少交易次數，提高物流效率；(C)提供產品倉儲；(D)提供降價促銷。
20.	(B)	下列何者為購買點(point-of-purchase, POP)的行銷活動？ (A)建立商店自有品牌；(B)在店內展示貨架商品；(C)召開記者會宣傳店內促銷活動；(D)儲存消費者在店內的消費活動。

三、複選題 50 分（每題 2.5 分）共 20 題

題號	答案	題目
1.	CDE	有關策略性事業單位(strategic business unit, SBU)，下列何者為是？

		(A)聯合利華研發部門； (B)農業局會計室； (C)寶鹼公司(P&G)之洗髮精產品； (D)黑松公司自動販賣機部門； (E)台塑關係企業之長庚紀念醫院。
2.	ABCE	有關「關係行銷」，可能的方式包括那些？ (A)哈雷機車建立品牌重機社群； (B)寶鹼公司(P&G)顧客團隊與沃爾瑪(Wal-Mart)零售商建立緊密合作關係； (C)波音公司與某航空公司合作研發新的機型； (D)某大學校方通知所有入學新生皆須加入社團； (E)航空公司會員酬賓計畫。
3.	AE	有關 BCG 模式。其中，問題兒童(question mark)事業的特徵是 (A)高成長市場，但公司產品競爭力低； (B)市場成長趨緩，但公司產品具高競爭力； (C)公司可以採取多角化策略，針對新市場研發新產品； (D)公司可以採取整合策略，或合資等策略； (E)需大量現金與資源投入。
4.	ACD	有關企業環境 SWOT 分析 (A)OT 為外部環境分析； (B)擁有精良的技術為外部機會的項目； (C)內、外部環境分析是相互影響的； (D)同一外部事件，對不同性質的公司，可能有不同的 OT 判斷； (E)文化是影響公司優勢的項目。
5.	ABCDE	娃娃的母親聽了閨密小花的建議後，要求父親去超市購買啤酒的時候，順便購買舒適牌紙尿布。 (A)娃娃是使用者； (B)母親是決策者； (C)父親是購買者； (D)母親是發起者； (E)小花是影響者。
6.	ADE	傳統的家庭生命週期(family life cycle)，有關各期的消費者特性，下列哪些敘述為正確？ (A)空巢期(empty nest I, II)，子女離家生活； (B)蜜月期(newly married couples)，旅遊、保健食品等； (C)單身期(bachelor stage)，耐久財，房屋、家具等； (D)喪偶單身期(solitary survivor)，主要花費為醫療器材、照護等；

		(E)為人父母期(full nest I, II, III)，嬰兒副食品、玩具等。
7.	AE	有關生活型態(life style)的敘述，何者正確？ (A)生活型態有助於廣告訴求的表達； (B)生活型態是持久不變的； (C)生活型態只是一種概念，無法實際衡量； (D)與產品相關的特定化生活型態訊息，有助於產品定位的決策； (E)生活型態是一種生活模式，可以藉由個人的活動(activity)、興趣(interest)與意見(opinion)來加以辨別。
8.	BCD	下列哪些商品項目為嬰兒潮世代(baby boomers)需求較大者？ (A)嬰兒用品； (B)染髮劑； (C)健康俱樂部； (D)營養補給品； (E)直排輪。
9.	BCD	所謂「利基市場(niche market)」包括幾種論述？ (A)最適合以滲透定價法拓展市場規模； (B)利基市場較不可能吸引其他競爭者； (C)利基市場的顧客有其一組獨特的需要組合； (D)利基市場的規模相對較小； (E)通常為產業內的龍頭企業。
10.	DE	有效的市場區隔變數必須符合的條件。以下那些為正確的敘述？ (A)可接近性(accessible)，指市場規模夠大，廠商值得進入； (B)足量性(substantial)，指行銷人員有足夠的資源數量去接觸到區隔內的消費者； (C)可實踐性(actionable)，指行銷人員可以透過某媒體，地點或管道，接觸到區隔內的消費者，以便進行溝通； (D)可衡量性(measurable)，指廠商能夠辨別區隔內的消費者，並且可以估計區隔的規模及購買力； (E)可差異化(differentiable)，指市場區隔具備行銷上的差異。
11.	ACE	有關新產品採用者與擴散流程，何種正確？ (A)通常創新者(innovators)人數較少； (B)早期採用者人數最多； (C)晚期大眾的主要特徵是猶豫不決； (D)晚期大眾是最後一群採用新產品的消費者； (E)落後者相對保守。一般在創新後期，才接受創新。
12.	ACD	有關產品生命週期的特性與行銷策略，下列敘述何者正確？ (A)導入期銷售量少；

		(B)成長期成本最高； (C)成熟期產品形式和產品功能最多； (D)衰退期銷售量下降； (E)導入期的主要顧客為落後者。
13.	BCD	統一超商推出「7-select」品牌產品，並以相對便宜的價格販售。以下何者正確？ (A)稱為混合品牌(hybrid brand)； (B)7-select 品牌亦為自有品牌(private brand)； (C)該產品可節省製造商的上架費； (D)透過統一整合旗下集團共同採購，獲得數量折扣； (E)通常是統一超商研發的新產品。
14.	ACD	中間商發展自有品牌(private brand)的原因有哪些？ (A)製造商品牌產品的銷售毛利率越來越小； (B)主要是為了打擊製造商； (C)掌握商品成本與市場行情，以利與製造商洽談合理的交易條件； (D)掌握消費者的購買行為，利於研擬行銷策略； (E)自有品牌定價通常較品牌商品高。
15.	ABCD	有關品牌，可以利用 AFBP 四構面來分析。下列何者為正確？ (A)功能構面：某服飾品牌提供透氣與舒適感； (B)個性構面：時尚品味的象徵； (C)利益構面：iPhone 享受高品質的溝通； (D)屬性構面：某汽車配備四輪傳動； (E)功能構面：iPhone 為高價位的手機。
16.	ACD	下列何者為差別訂價的個案？ (A)電影院的全票、軍警票、兒童票； (B)冷氣機冬天售價較低； (C)公車學生票； (D)航空公司推出頭等艙、商務艙、經濟艙等； (E)雜貨店散裝香菇定價較低。
17.	ABC	新產品採取滲透定價的目的，可能為 (A)增加市場占有率； (B)培養消費者的使用習慣； (C)提高競爭者進入障礙； (D)吸引低價格敏感度的消費者； (E)訂定較高的價格。
18.	ADE	有關連鎖加盟店，下列哪些敘述為正確？ (A)可快速展店； (B)通路成員雖有往來但沒有合作協調；

		(C)為水平行銷系統的通路整合方式； (D)進貨採購可獲得數量折扣； (E)加盟總部的無形資產與有形資產為分店門市的競爭優勢。
19.	ADE	下列何者屬原無店面零售？ (A)郵購(direct mail, DM)； (B)便利商店(convenience store)； (C)量販店(hypermarket)； (D)電視購物(TV marketing)； (E)電話行銷(telemarketing)。
20.	AD	大眾行銷(mass marketing)的特性，以下何者正確？ (A)消費者很容易忽略行銷資訊； (B)可以明確鎖定溝通對象； (C)可對消費者的反應做出立即的回應； (D)單位接觸成本較低； (E)制定不同的行銷策略組合。