

# 106 學年度第 1 學期北區十七所技專校院聯合招收

## 五年制專科各年級轉學生考試

五年級【行銷管理】 准考證號碼：□□□□□□□□

- |      |   |
|------|---|
| 注意事項 | 1.本試題共 40 題；每題 2.5 分，合計 100 分。<br>2.所有試題都是單選題，每題都有 (A)、(B)、(C)、(D) 四個不同選項。<br>3.本試題答錯不倒扣。 |
|------|---|

- 行銷的產生源自於人類的交換行為，下列何者不是交換的形成所應具備的條件？  
(A) 交換涉及至少兩個單位 (B) 交換的物品價值必須被市場多數人所接受  
(C) 交換雙方具有某些需求或目標 (D) 雙方都具有交換的意願、能力和資格。
- 行銷為：(A) 適用於營利及非營利組織 (B) 行銷應取代所有的產品、會計及財務活動  
(C) 從商品被生產出來時開始 (D) 不需要做廣告。
- 行銷組合(marketing mix)，即所謂的 4Ps 不包括下列何者？  
(A) 定位 Position (B) 訂價 Price (C) 通路 Place (D) 推廣 Promotion
- 理想上而言，好的行銷組合必須：  
(A) 與主要競爭者所採用的行銷組合相類似  
(B) 以成本最低的行銷組合為考量點  
(C) 並不包括廣告，因為廣告的費用太高且效果不大  
(D) 源於目標市場中所有重要的構面。
- 聯強國際提供產品維修的服務，讓消費者得到更全面的服務，進而提升企業形象，請問這是屬於哪種行銷手法？(A) 綠色行銷 (B) 社會行銷 (C) 關係行銷 (D) 直效行銷。
- 台灣已逐漸步入老年化社會，這是那一種外在環境的變化？  
(A) 科技環境 (B) 實體環境 (C) 法令環境 (D) 人口統計環境。
- 何種企業外部環境的變動最為快速？  
(A) 實體環境 (B) 人口統計環境 (C) 科技環境 (D) 法令環境。
- 消費者的需求與購買決策會受到社會文化因素的影響，試問下列何者不是社會文化因素？(A) 家庭 (B) 經濟能力 (C) 參考團體 (D) 社會階層。
- 根據恩格爾法則，當家庭所得增加時，哪種消費品的支出會減少？  
(A) 食物 (B) 日常用品 (C) 運輸 (D) 醫療。
- 小毛是某便利商店的店長，近日發現對面工地正在施工，因而增加店內三洋維士比、康貝特等飲料的存貨量，請問他是依據何種因素來推測消費者的購買需求？  
(A) 年齡(B) 職業(C) 動機(D) 家庭。

- 一般而言，產品在何種情況下其涉入程度不高？  
(A) 被消費者認定為重要的產品，是因為與消費者的自我形象有關  
(B) 消費者一直感覺很有興趣的產品  
(C) 產品屬於低度風險  
(D) 產品具有團體認同的規範效果。
- 使用於生活型態分析中的 AIO 量表包括：  
(A) 活動、意圖與意見 (B) 態度、意圖與意見  
(C) 活動、收入與意見 (D) 活動、興趣與意見。
- 下列何者不是消費者購買行為中的社會影響力：  
(A) 社會階層 (B) 信念 (C) 家庭 (D) 參考群體。
- 意見領袖：(A) 通常來自較高的社會階層 (B) 通常較為富有與高教育  
(C) 是影響他人的人們 (D) 很少跟其跟隨者真正涉及產品相關的討論。
- 中間商市場的購買目的為何？  
(A) 加工製造後售出獲利 (B) 轉售以賺取差價  
(C) 服務民眾、推動公共建設 (D) 服務社會大眾。
- 玩具反斗城原本是販售兒童家具及玩具的「兒童超市」，為了讓品牌更為集中，公司主管改變經營策略，將原本的兒童超市轉變成專門販賣玩具的量販店，請問是何種因素改變玩具反斗城的購買策略？  
(A) 環境因素 (B) 組織因素 (C) 個人因素 (D) 人際因素。
- 下列何者不是選擇供應商應該考慮的因素？  
(A) 產品價格 (B) 產品可靠性 (C) 供應商的供貨穩定度與效率 (D) 市場需要。
- 關於組織採購，有權選擇或批准供應商的人－尤其是大型採購－稱作：  
(A) 影響者 (B) 決定者 (C) 購買者 (D) 使用者。
- 目標市場行銷涉及哪三個步驟？  
(A) Segmentation、Targeting、Positioning  
(B) Substantiality、Targeting、Portfolio test  
(C) Substantiality、Targeting、Positioning  
(D) Segmentation、Targeting、Portfolio test。
- 行銷人員選擇目標市場時應該考慮哪些因素？  
(A) 市場情況、競爭者、廠商本身 (B) 市場情況、消費者、廠商本身  
(C) 企業內部、競爭者、社會大眾 (D) 企業內部、消費者、廠商本身。
- COACH 的商品風格沉穩，充滿手工藝與傳統的氣息，古老而新穎的圖案，讓消費者愛不釋手，這種定位手法取決於？  
(A) 品牌功能(B) 品牌個性(C) 品牌屬性(D) 品牌利益。

注意背面尚有試題

22. 好的市場區隔具有：  
(A) 群間同質 (B) 群內異質 (C) 可行性與重要性 (D) 本質上國際性。
23. 產品的內涵可分為五個層次，試問何者是指產品為消費者帶來什麼好處或解決什麼問題的屬性？(A) 核心利益 (B) 基本產品 (C) 潛在產品 (D) 附加產品。
24. 下列何種產品在超市中最有可能是衝動性產品？  
(A) 柳橙 (B) 麵包 (C) 冷凍豌豆 (D) 小孩玩具。
25. Discovery 利用既有的影片，進一步開發為影音互動的學習光碟，以滿足不同的消費者需求，此屬於何種策略？(A) 市場開發 (B) 產品發展 (C) 市場滲透 (D) 市場整合。
26. 隨著生活日益富裕，消費者對生活便利性的需求也益發擴增，致使消費頻率提升，使得許多耐用品轉變成下列何種產品，而廠商也有利可圖？  
(A) 可拋棄品 (B) 收藏品 (C) 消耗品 (D) 核心產品。
27. 可口可樂曾在遭逢百事可樂的猛烈攻擊時推出「新可樂」來取代原配方，即使付出了高額的宣傳費用，卻仍然讓消費者強烈抵制，要求換回原來的配方，請問導致新產品上市失敗的原因可能為何？  
(A) 產品設計不當 (B) 推廣不力 (C) 成本過高 (D) 銷售通路不理想。
28. 產品生命週期可分為哪幾個階段？  
(A) 導入期、成長期、成熟期、衰退期  
(B) 創新期、成長期、衰退期  
(C) 導入期、適應期、成長期、成熟期、衰退期  
(D) 創新期、適應期、成熟期、衰退期。
29. 服務業所具有的特性為：  
(A) 無形性、同質性、特殊性、可靠性  
(B) 無形性、異質性、不可分離性、不可儲存性  
(C) 可靠度、同理心、有形化、保證、反應度  
(D) 有形化、不可儲存性、同理心、顧客滿意。
30. 邊際分析（Marginal Analysis）主要探討何種之間的關係？  
(A) 邊際成本與平均收入的關係 (B) 平均成本與邊際收入的關係  
(C) 邊際成本與邊際收入的關係 (D) 平均成本與平均收入的關係。
31. 下列何者為制定正確價格的第一步？  
(A) 分析需求、成本、價格和利潤的關係 (B) 訂價目標設定  
(C) 決定訂價政策 (D) 選擇訂價方法。
32. 雯雯在中正大學附近開了一家水果冰店，考慮到顧客多為學生族群，因此售價也稍微調降，請問影響她定價的因素為何？  
(A) 公司目標 (B) 產品成本 (C) 消費者認知與反應 (D) 競爭因素。
33. 請問 4P 中，何者最缺乏彈性？  
(A) Pricing (B) Place and distribution (C) Product (D) Promotion
34. 下列何種權力並不屬於通路的權力基礎？  
(A) 獎賞權 (B) 繼承權 (C) 認同權 (D) 專家權。
35. 當一個行銷通路建立起來後，會出現很多的通路流（Channel Flows），透過這些通路流才能達成行銷通路成員所應扮演的功能。下列何者並非通路流：  
(A) 行銷流（Marketing Flow） (B) 所有權流（Ownership Flow）  
(C) 交涉流（Negotiation Flow） (D) 商品流（Product Flow）。
36. 負責居間搓和買賣雙方，同時有可能必須實際處理產品，卻未擁有產品的所有權，屬於此類功能性中間商的是：  
(A) 商品批發商 (B) 代理商 (C) 製造商的分公司和銷售辦公室 (D) 零售商。
37. 當我們以有無店舖的設置來區別零售業時，意指是採用何種方式加以區分？  
(A) 銷售商品的種類 (B) 業種 (C) 業態 (D) 價格。
38. 85 度 C 自 2004 年創立以來，以其低價高品質的策略，快速席捲市場，接連開了近百家分店，請問 85 度 C 符合了台灣零售業的哪種趨勢？  
(A) 規模擴大 (B) 連鎖經營 (C) 複合經營 (D) 跨越國界。
39. 實體配送的兩大目標為何？  
(A) 節省成本、提高效率 (B) 提高效率、存貨控制  
(C) 節省成本、加強顧客服務 (D) 存貨控制、加強顧客服務。
40. 下列哪種推廣工具具有面對面溝通與及時回應的特性？  
(A) 廣告 (B) 人員銷售 (C) 促銷 (D) 直效行銷。