

臺灣菸酒股份有限公司 99 年第 2 次從業人員（相當評價職位人員）甄試試題  
甄選職等／類別【代碼】：第 2 職等人員／資訊行銷人員【82401~82402】、訪銷人員【82410】  
專業科目 3：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、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本試卷為一張單面共 40 題，每題 2.5 分，限用 2B 鉛筆在「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。  
③本項測驗不得使用電子計算機。  
④答案卡務必繳回，違反者該科成績以零分計算。

- 【1】1.下列何者屬於事件行銷活動？  
①百貨公司週年慶 ②電視廣告 ③車箱廣告 ④手機廣告
- 【1】2.在市場上任何可以滿足消費者慾望或需要的東西稱為：  
①產品 ②廣告 ③通路 ④定價
- 【3】3.香煙、飲料是屬於哪一類產品？  
①必需品 ②特殊品 ③便利品 ④選購品
- 【3】4.某知名基金會以「促進國民身心健康、預防保健重於治療」為宗旨，致力於菸害防制，不斷透過媒體傳播「吸菸有害健康」等訊息，請問該基金會主要行銷的是什麼？  
①有形的商品 ②品牌 ③理念 ④服務
- 【1】5.下列何者屬於「兩個或更多品牌或公司聯合提供優惠券、現金回饋以增加銷售」的促銷方式？  
①搭配促銷 ②來店禮 ③交叉促銷 ④樣品
- 【3】6.以資料庫行銷具有很多優點，例如企業可以深化顧客的忠誠度，但有些情形是不值得建立顧客資料庫。下列哪一個情形不值得建立顧客資料庫？  
①具有高度忠誠度的顧客 ②單位銷售額很大的商品  
③顧客一生只買一次的商品 ④資訊成本很低
- 【1】7.企業購買中心的成員，在購買決策中扮演發起者、使用者、影響者、決定者、同意者、採購者及守門者等七種角色。下列何者是指「申請採購某項商品或服務者」？  
①發起者 ②使用者 ③採購者 ④守門者
- 【2】8.消費者購買產品時，會向經銷商或銷售人員詢問產品的相關資訊，這種產品的相關資訊來源，是屬於下列哪一類的資訊來源？  
①個人來源 ②商業來源 ③公共來源 ④經驗來源
- 【4】9.下列何者不屬於機構市場(institutional market)？  
①學校 ②醫院 ③養老院 ④消費者
- 【3】10.如果市場區隔為「高所得」與「低所得」市場，此係依消費者的何種特徵進行市場區隔化？  
①職業 ②教育程度 ③所得 ④社會階級
- 【2】11.關於有效的利基(niche)市場特徵，下列敘述何者正確？  
①不具有足夠規模、利潤及成長潛力  
②願意支付較高的價格以追求其需求獲得滿足  
③可能吸引其他競爭者進入  
④市場中的顧客沒有獨特的一組需求
- 【2】12.關於行銷通路之敘述，下列何者正確？  
①協商不是行銷通路執行的功能之一  
②行銷通路的基本任務是要將製造商的产品移轉到消費者的手中  
③由製造商直接銷售產品給最終顧客的通路模式稱為零售商管道  
④批發商不是行銷通路的成員
- 【4】13.「在淡季購買商品或服務的客戶就可以獲得折扣」是指下列哪一種價格折扣？  
①商業折扣 ②數量折扣 ③現金折扣 ④季節折扣
- 【3】14.下列產品，何者的品質最不容易評估？  
①傢俱 ②汽車 ③醫療服務 ④住宅
- 【2】15.下列何者是零售商？  
①批發商 ②超級市場 ③大盤商 ④中盤商
- 【1】16.顧客接受服務業者服務的結果，是否依然忠誠，受很多因素影響。下列哪一項不會造成顧客尋找其他服務業者服務？  
①公平定價 ②業者表現漠不關心 ③服務失誤 ④帳單錯誤
- 【2】17.下列何者係指「公司採用兩個或以上不同類型的行銷通路，來接觸其顧客」的方法？  
①垂直通路行銷 ②多元通路行銷 ③水平通路行銷 ④單一通路行銷
- 【4】18.所有行銷活動的重心為：  
①產品 ②利潤 ③銷售量 ④顧客

- 【2】19.有關存貨水準及倉儲成本等乃是行銷組合策略中，哪一種策略必須思考的重要議題？  
①產品 ②通路 ③推廣 ④訂價
- 【4】20.某知名時尚雜誌為了增加雜誌的閱讀率，近日思考透過網路增加電子版，這樣的策略主要是因為下列哪一種環境的變化所做出的思考方向？  
①經濟環境 ②競爭環境 ③法規環境 ④技術環境
- 【2】21.王小明是學校籃球隊的成員之一，近來隊友們都人手一支近來最新款的名牌手機，王小明看著大家都買了，他也覺得心動考慮要購買，請問王小明是受到下列哪一種力量所影響？  
①個性 ②參考群體 ③角色衝突 ④考慮集合
- 【2】22.當廠商針對通路商舉辦許多的促銷活動，期待通路商得以向上門的消費者推銷該廠商的產品，此乃是下列哪一種策略之應用？  
①拉式策略 ②推式策略 ③折扣策略 ④人員推銷策略
- 【3】23.就行銷實務而言，下列哪一個變數常被行銷人員視為是相對不可控制之行銷變數？  
①產品 ②通路 ③競爭 ④推廣
- 【3】24.個人對產品感興趣或認為重要的程度稱為：  
①動機來源 ②認知失調 ③涉入程度 ④評估準則
- 【4】25.當廠商在消費者非常熟悉的產品類別中，推出一個有新功能或新特色的新品牌時，此時消費者最可能從事下列哪一種決策行為？  
①例常反應購買行為 ②衝動性購買行為 ③廣泛的問題解決過程 ④有限度的問題解決過程
- 【3】26.當王太太家中的洗衣精用完時，她立刻聯想起她上次所購買之洗衣精品牌，此時王太太所經歷的是下列哪一種過程？  
①認知失調 ②外部資訊收集 ③內部資訊收集 ④可行方案評估
- 【3】27.消費者購買過程可分為五階段，除確認問題或需求、資訊蒐集、方案評估、購買決策四階段外，尚包含下列何者？  
①區隔分析 ②產品定位 ③購後行為 ④產品選擇
- 【2】28.某知名休閒服飾連鎖店的行銷經理希望透過市場調查可以快速地了解消費者對該店之店面陳列的看法，並且希望調查資料之回收率可以很高，你覺得下列哪一種資料收集的方法較為合宜？  
①郵寄問卷法 ②電話調查 ③消費者小組座談 ④觀察法
- 【3】29.將市場區分成數個具有相似需要之群體的程序稱為：  
①多樣化 ②集中化 ③市場區隔 ④客製化
- 【4】30.某家機能飲料公司瞄準今夏的減肥市場，針對消費者認為重要的減肥飲品屬性之去油解膩，進行強力訴求，期待在消費者心目中建立起有別於競爭者之位置，此乃是下列何種策略之思考？  
①產品組合 ②產品發展 ③產品推廣 ④產品定位
- 【2】31.會計師事務所向文具店購買筆與橡皮擦等文具用品，以幫一些公司行號計算帳務及稅務之用，在此情況之下，請問筆與橡皮擦等文具用品是屬於下列哪一種產品類別？  
①便利品 ②企業用品 ③原物料 ④消費品
- 【3】32.就產品生命週期而言，產業銷售量在哪一個階段會達到最高？  
①導入期 ②成長期 ③成熟期 ④衰退期
- 【3】33.某紡織品的製造商，近來購併了其在加拿大市場的批發商，希望可以進一步對其產品的銷售通路有更好的掌握，這樣的購併活動乃是下列哪一種通路策略的思考？  
①雙重通路 ②水平通路整合 ③垂直通路整合 ④契約通路系統
- 【2】34.行銷組合策略中，哪一種策略一旦制定，要改變相對而言較為困難？  
①產品 ②通路 ③推廣 ④訂價
- 【4】35.下列哪一種產品較適用密集式的通路策略？  
①雪衣 ②變速腳踏車 ③羽球拍 ④衛生紙
- 【1】36.剛上市的新產品，如果意圖瞄準廣大的消費大眾，而將價格訂在相對低的售價，以增加消費大眾的接受度，此種訂價策略稱為：  
①滲透訂價策略 ②彈性訂價策略 ③榨取訂價策略 ④優勢訂價策略
- 【2】37.某軟體公司特別針對會計師事務所、律師事務所、零售商市場及學校用戶市場，個別設計不同的軟體應用程式，請問該軟體公司主要使用的區隔變數為下列何者？  
①地理性變數 ②組織型態變數 ③顧客大小 ④市場潛量
- 【1】38.許多公司會透過各種方式，如人員到府推銷等方式直接將公司產品賣給消費者，請問就通路結構而言，這是幾階通路？  
①零階 ②一階 ③二階 ④三階
- 【1】39.某大藥商近來針對該公司一保健藥品，不斷地跟通路商(如藥房、各大醫院通路)宣傳該產品之利益，該產品在市場上尚未有其他類似的競爭品牌出現，目前銷售量極少，公認為該產品要能獲利至少也是幾年後的事，根據前述，請問該產品目前可能是在產品生命週期的哪一個階段？  
①導入期 ②成長期 ③成熟期 ④衰退期
- 【4】40.以提供短期激勵因素，希望立即吸引消費者注意，並進一步促成交易的推廣工具稱為：  
①廣告 ②直效行銷 ③公共宣傳 ④促銷活動