

## 第 13 章 社群行銷

1. 人與人之間的社會關係通常可利用網絡分析圖來進行探究，請問這是描述下列哪個概念？(單選)
  - (A) 網路口碑
  - (B) 社會網絡
  - (C) 大眾行銷
  - (D) 微區隔行銷
2. 下列哪些是社會網絡的特性？(複選)
  - (A) 規模的建立
  - (B) 連結的程度
  - (C) 群體的發展
  - (D) 關係的緊密
3. 人和人之間的關係是指下列何者？(單選)
  - (A) 口碑
  - (B) 社群
  - (C) 大眾關係
  - (D) 微區隔
4. 社群行銷又可稱為下列哪些名稱？(複選)
  - (A) 社會網路行銷
  - (B) 社會媒體行銷
  - (C) 關係行銷
  - (D) 電子郵件行銷
5. 台灣常見的社群網站包括以下哪些？(複選)
  - (A) YouTube
  - (B) Facebook
  - (C) twitter
  - (D) LINE
6. 社群中個別角色之間因某種因素而形成的，是指哪個概念？(單選)
  - (A) 角色
  - (B) 關係
  - (C) 連結
  - (D) 照片

7. 社會網絡的結構須具備哪些概念？(複選)

- (A) 角色
- (B) 關係
- (C) 連結
- (D) 照片

8. 下列何者不包括在 SoLoMo 中？(單選)

- (A) Social
- (B) Sonet
- (C) Local
- (D) Mobile

9. CAMS 的概念包括哪些？(複選)

- (A) 雲端運算
- (B) 資料分析
- (C) 行動應用
- (D) 社交媒體

10. 下列哪些是網路社群的應用？(複選)

- (A) 論壇
- (B) 即時通
- (C) 新聞群組
- (D) 線上集體議價

11. 虛擬社群的互動基礎是建立在哪些人類的基本需求上？(複選)

- (A) 興趣
- (B) 人際關係
- (C) 幻想
- (D) 交易

12. 有關行銷 AIDA 模式之描述，下列何者不正確？(單選)

- (A) 第一個 A：代表「注意」(Attention)
- (B) 第二個 I：代表「訊息」(Information)
- (C) 第三個 D：代表「欲望」(Desire)
- (D) 第四個 A：代表「行動」(Action)

13. 有關虛擬社群的描述，下列哪些正確？(複選)

- (A) 雙向傳播
- (B) 橫向傳播
- (C) 社會契約
- (D) 成員間共有的興趣

14. 以下哪些屬於網路社群的資訊科技？(複選)

- (A) 新聞討論區
- (B) LINE
- (C) 聊天室
- (D) 網路相簿

15. 有共同興趣的人，在網路上形成一個團體，團體間可藉由某些線上服務分享資訊，這是指哪個概念？(單選)

- (A) 商務
- (B) 基模
- (C) 社群
- (D) 內容