

第 12 章 網路行銷

1. 人類為取得特定可滿足其需要之產品或服務，而提供另一項產品或服務以供回報的過程，是指？(單選)
 - (A) 交換
 - (B) 交易
 - (C) 市場
 - (D) 產品
2. Kotler「個人和群體經由創造、提供與交易的過程，來滿足需要及欲望所做的種種活動」，是指？(單選)
 - (A) 市場
 - (B) 交換
 - (C) 交易
 - (D) 行銷
3. 逆物流處理是屬於網路行銷組合 4P 決策中的哪一 P？(單選)
 - (A) 產品
 - (B) 價格
 - (C) 通路
 - (D) 推廣
4. 網路搭售是屬於網路行銷組合 4P 決策中的哪一 P？(單選)
 - (A) 產品
 - (B) 價格
 - (C) 通路
 - (D) 促銷
5. 網路 CIS 是屬於網路行銷組合 4P 決策中的哪一 P？(單選)
 - (A) 產品
 - (B) 價格
 - (C) 通路
 - (D) 促銷

6. 電子商務的興起促使行銷理論由原來的重心——4P，逐漸往 4C 移動，其帶來下列哪些新的思維？(複選)
- (A) 不再急於制定行銷組合之產品策略，而以回應顧客的需求與欲望為導向
 - (B) 暫時把行銷組合之定價策略放一邊，而以回應顧客滿足其需求或欲望所願付出的成本為主要考量
 - (C) 不再以企業的角度思考行銷組合之推廣策略，而著重於加強與顧客之間的互動與溝通，以獲取、增強與維繫顧客關係
 - (D) 不再以企業的角度思考行銷組合之通路策略，而以顧客的角度思考如何才能提供顧客想要的便利環境，以方便其快速地取得其所需的商品
7. 下列哪些屬於行銷的推廣活動？(複選)
- (A) 直銷
 - (B) 廣告
 - (C) 人員銷售
 - (D) 公關
8. 有關傳統行銷與網路行銷的比較，下列哪些正確？(複選)
- (A) 傳統行銷：費時、花費大、印刷郵遞成本高
 - (B) 網路行銷：即時、花費小、數位式目錄成本低
 - (C) 傳統行銷：單向、顧客被動接受
 - (D) 網路行銷：雙向互動式、顧客主動選取
9. 下列哪些是現今網路行銷的趨勢觀點？(複選)
- (A) 價格彈性化
 - (B) 產品客製化
 - (C) 推廣互動化
 - (D) 配銷科層化
10. 下列敘述何者有誤？(單選)
- (A) 促銷基本上是一種長期的活動
 - (B) 無法歸屬於人員推銷、廣告、公開報導的推廣活動都屬於促銷範圍
 - (C) 促銷目的在於刺激促銷對象立即購買
 - (D) 促銷是針對特定對象的活動，主要可分為消費者、零售商和經銷商