

新北市立新北高級工業職業學校 113 學年度 第 2 學期 第 1 次段考 試題卷 New Taipei Municipal New Taipei Industrial Vocational High School								班級		座號		電腦卡作答
科目	商業概論	出題 教師	譚雅文	審題 教師	鍾美倫	適用 科別	資處科 應英科	適用 年級	一年級	姓名		<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否

- 一、是非題 若答案為 O 劃 A；若為 X 劃 B（本項共 10 題，每題 2 分，佔 20%）
- () 有效市場區隔條件的「可行動性」是指區隔後的次級市場，其大小必須足夠讓企業有利可圖，值得去開發。
 - () 大創百貨公司銷售的產品售價多為 39 元或 49 元，這種訂價策略屬於「認知價值訂價法」的一種。
 - () 麗嬰房公司以員工對「人」、「週遭事物」、「文化事業」及「自我成長」四方面的熱忱度，來做為拔擢員工的標準。這種發掘優秀員工的做法，屬於人力資源管理的「人才」原則。
 - () 市場定位的目的是為了彰顯產品、品牌或服務的獨特性。
 - () 廠商若使用高價榨取法，則自產品上市至眾多競爭者加入，乃至產品下市都會採取高價策略。
 - () 企業利用廣告、網路等工具，將企業與產品的訊息傳遞給消費者，使消費者知曉並逐漸喜愛產品，進而選購的策略，稱為「推廣策略」。
 - () 在人力資源管理的範圍中，「留才」的要點包括員工的升遷與獎懲、薪資與福利等。
 - () 平板電腦廣受歡迎，市場上出現供不應求的情形，某平板電腦廠商的營運重點僅著重在提高生產效率，以增加產量。上述情形中，該廠商採取的是「銷售導向」行銷觀念。
 - () 家樂福量販店委託製造商生產飲料、清潔用品等產品，並冠上自有品牌來銷售。該量販店對上述產品採取的是「中間商品牌」策略。
 - () 企業採內部人員直接遞補或晉升的方式，可節省訓練成本、激發士氣，且易於掌握人員特質。
- 二、選擇題（本項共 25 題，每題 2.5 分，佔 62.5%）
- () 企業在下列何種情況下，最適合採取集中式行銷？
(A)所有消費者的使用習慣都大致相近時 (B) 企業想同時進入兩個市場時 (C)市場競爭相當激烈時 (D) 企業的資源相當有限時
 - () 手機業者為年長者推出「字型大、音量大」的大螢幕手機、為學齡兒童推出「可撥接、能傳簡訊」的兒童手機、為喜愛自拍上網的年輕人推出「畫質高、感光佳」的拍照專用手機，上述根據明顯不同的偏好與需求，進行次級市場的區隔，符合有效市場區隔的哪一項條件？ (A)可行動性 (B)可接近性 (C)可差異性 (D)可衡量性
 - () 某百貨公司為了服務多元客群，於多個縣市展店；其中，台北館以「兒童與青少年」為目標市場，台中館以「中年人」為目標市場，台南館以「銀髮族」為目標市場。
該百貨公司根據不同的都市行政區，鎖定不同年齡層的客群，請問該百貨是以哪些區隔變數來進行市場區隔？
(A)地理變數、行為變數 (B)地理變數、人文變數 (C)心理變數、人文變數 (D)行為變數、心理變數
 - () 生產葵花油的廠商以「照顧全家人的健康」為廣告訴求，這是屬於哪一種行銷策略？
(A) 差異化行銷 (B) 集中式行銷 (C) 無差異行銷 (D) 分散式行銷
 - () 根據行銷管理的通路密度策略，阿曼尼（Armani）名牌服飾、LV 高級皮包、法拉利（Ferrari）超級跑車等特殊品，應透過何種行銷通路來銷售？ (A)獨家式配銷 (B)選擇性配銷 (C)密集式配銷 (D)多元性配銷
 - () 某運動知名廠商推出冠上該公司品牌的各種產品，包括鞋子、服飾、各式腰包及背包等，請問其採用何種品牌歸屬決策與命名決策？
(A)製造商品牌與單一家族品牌決策 (B)授權品牌與個別品牌決策 (C)製造商品牌與產品線家族品牌決策 (D)授權品牌與混合品牌決策
 - () La New 皮鞋公司推出以專利技術製造的氣墊鞋，該公司若要塑造專業與高品質的形象，則適宜採取哪一種訂價方法？(A) 現行價格訂價法 (B)高價榨取法 (C)追隨領袖訂價法 (D)認知價值訂價法
 - () 知名服飾品牌 ZARA 定期於每年六月及十二月舉辦折扣季，吸引大批消費者前往搶購。請問以上敘述為下列何種促銷策略？ (A)現金折扣法 (B)數量折扣法 (C)季節折扣法 (D)心理折扣法
 - () 假設某食品公司總固定成本為 20,000 元，且已知損益平衡點之銷售量為 1,000 單位、每單位變動成本為 80 元，則產品每單位售價應為 (A)40 元 (B)60 元 (C)80 元 (D)100 元

新北市立新北高級工業職業學校 113 學年度 第 2 學期 第 1 次段考 試題卷 New Taipei Municipal New Taipei Industrial Vocational High School								班級		座號		電腦卡作答
科目	商業概論	出題 教師	譚雅文	審題 教師	鍾美倫	適用 科別	資處科 應英科	適用 年級	一年級	姓名		<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否

- 20.() 「京都念慈庵」是國內歷史悠久的品牌，為了改變老品牌的形象，該公司請年輕人喜愛的明星當代言人，並將產品定位由「感冒喉嚨痛時適用」改變為「平常保養喉嚨適用」。該公司亦推出葛根湯、四物湯等保健食品，以擴大市場占有率。枇杷膏、枇杷糖在產品層次中，是屬於 (A) 核心產品 (B)期望產品 (C)附加產品 (D) 基本產品
- 21.() 漢斯公司是英國一家食品公司，其產品類型達 400 多種，近期受到經濟不景氣的影響，導致該公司的營業額日益下滑，因此漢斯公司決定針對不同類型的消費者，推出不同版本的商品型錄與促銷策略。漢斯公司不願意為了競爭而降低產品售價，因此選擇給予零售商更多的交易折讓，使零售商更願意將公司的產品推銷給消費者。由上敘述可知，漢斯公司是採用何種促銷策略？ (A)奇數訂價策略 (B)拉式策略 (C)推式策略 (D)路線策略
- 22.() 台南小農將自己種植的玉井芒果透過網路自行銷售，此通路型態為 (A)短通路 (B)長通路 (C)寬通路 (D)窄通路
- 23.() 假設義豐公司投入 100,000 元生產冬瓜茶，每單位成本為 15 元，且預期投資報酬率為 40%、銷售量為 1,000 個，則每產品單位售價應為 (A)15 元 (B)40 元 (C)55 元 (D)60 元
- 24.() 日本水果在台中舉辦行銷展售會，並請來知名日本明星站台促銷，藉由新聞報導來提高日本水果的知名度，這是屬於哪一種行銷策略？ (A)追隨領袖訂價法 (B)銷售推廣策略 (C) 人員銷售策略 (D)公共關係策略
- 25.() 太奎在 yahoo!奇摩網站首頁看到美娜文具行「五件 199 元」的廣告，不自覺地在網路上下單買了五件文具用品。根據上述，請問美娜文具行成功地運用哪一項推廣策略？ (A)人員銷售 (B)拉式策略 (C)推式策略 (D)置入性行銷
- 26.() 台灣的傳統手機市場已處於產品生命週期中的「衰退期」，傳統手機廠商的促銷重點應著重在下列哪一點？
(A)以告知性廣告來提高產品知名度 (B)以說服性廣告建立品牌偏好 (C)以提醒性廣告維繫品牌忠誠度 (D)不推出廣告，以降低成本
- 27.() 房仲業者在捷運站出口直接與消費者接觸，遊說消費者購買房屋，這種做法屬於
(A) 人員銷售 (B)廣告 (C)直效行銷 (D) 公共關係
- 28.() 產品的包裝除了可以保護產品之外，也可提升產品形象、作為宣傳與行銷的工具，因此產品的包裝又被稱為
(A)無形的保護傘 (B)無聲的推銷員 (C)無需註冊的商標 (D)免費的廣告牆
- 29.() 黑人牙膏在我國牙膏市場占有率始終位居第一，但該公司仍不斷推出廣告，其原因不包括下列何者？
(A)競爭者眾多 (B)市場正在成長期 (C)市場已處成熟期 (D)以提醒式廣告來維持市場占有率
- 30.() 有關企業人力資源管理的敘述，下列何者錯誤？
(A)選才是幫企業挑選最適宜的人員擔任適當的職位 (B)用才目的在於讓所有員工在自己的工作職位上皆能發揮所長 (C)育才是指對員工進行教育訓練，培養員工轉換職場的才能 (D)留才包括員工的升遷、獎懲、薪資與福利等
- 31.() 企業應考慮未來營運方向及員工個人生涯發展需求，為未來的人力需求做規劃；此乃遵循人力資源管理的哪一項原則？(A)人性原則 (B)發展原則 (C)民主原則 (D)彈性原則
- 32.() 小凡在清新冷飲店擔任前台服務員已有六個月，日前店長賦予小凡較大的權利，請她同時負責協調所有服務員的排班情況，請問上述符合工作設計的哪一項原則？ (A)工作豐富化 (B)工作擴大化 (C)工作簡單化 (D)工作輪調
- 33.() 賴小姐目前任職於某私人公司，年資有 26 年，對該公司的薪資與福利制度感到非常滿意，她最近從業務部門調到人力資源管理部門，為了因應同業競爭壓力，該公司要求賴小姐負責全公司的人力資源管理規劃、舉辦員工訓練與改善員工福利等工作。賴小姐調到人力資源管理部門工作，對公司而言，是屬於下列何者？
(A)工作分析 (B)工作評價 (C)工作設計 (D)工作輪調
- 34.() 對於員工甄選原則之敘述，下列何者錯誤？
(A)分配合適工作，有效運用人力資源 (B)建立適當的甄選標準 (C) 因人設事，不可因事擇人 (D) 內舉優先
- 35.() 某企業引進新設備，為使員工熟悉操作方法，特別安排了半天的操作訓練課程，這種教育訓練屬於
(A)建教合作 (B)短期講習 (C)觀摩考察 (D)工作輪調

新北市立新北高級工業職業學校 113 學年度 第 2 學期 第 1 次段考 試題卷 New Taipei Municipal New Taipei Industrial Vocational High School								班級		座號		電腦卡作答
科目	商業概論	出題 教師	譚雅文	審題 教師	鍾美倫	適用 科別	資處科 應英科	適用 年級	一年級	姓名		<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否

三、問答題（本項共 5 題，每題 2.5 分，佔 12.5%）

01. 英國時尚品牌 Burberry 發起「ReBurberry」計畫，將未使用完的布料，捐給時裝科系的學生，為布料創造二次利用和新生的機會。此外，Burberry 也推出新系列「經典之作」，其商品主要材質包括 70% 的有機原料或 50% 的再生材料。新系列的設計從嶄新的斜向格紋、使用經認證且來源可靠的原料、到零塑料包裝，皆展現出品牌對環保及循環利用的責任與承諾，希望在創新的同時，能夠降低時裝產業對環境的影響。

- () 36.Burberry 發起「ReBurberry」計畫，將未使用完的布料給予時裝科系的學生。請問該業者推出的計畫，符合何種行銷管理觀念？
(A) 社會行銷觀念 (B)產品觀念 (C)銷售觀念 (D)生產觀念。
- () 37.如果 Burberry 希望透過使用經認證且來源可靠的原料，並採用零塑料包裝「經典之作」系列，來提高消費者對品牌的認可度和忠誠度，且吸引注重環保的消費者，請問下列何者不是該「經典之作」系列的行銷重點？
(A)強調產品的高品質和創新設計 (B)宣傳品牌的環保和可持續發展承諾
(C)提高生產效率，降低生產成本 (D)宣揚品牌的社會責任和環境保護意識。
- () 38.Burberry 推出的經典格紋風衣是英國時尚的象徵，其代表著「高端品味與經典風範」的價值觀。由上述可知，Burberry 是採用何種市場區隔變數？
(A)人口統計變數 (B) 行為變數 (C)地理變數 (D)心理變數。

02. Apple 持續在全球展店，透過直營零售店直接向消費者銷售產品，同時利用各種廣告和促銷活動，提高消費者對其產品的購買慾望。Apple 以其獨特的品牌形象和不斷創新的產品，來吸引消費者的注意，並保持競爭優勢。

- () 39.Apple 透過廣告、電子郵件、社群媒體與產品發表會來宣傳新產品，讓消費者認識新產品的特色，進而引發購買慾望，這是屬於哪種廣告類型？
(A) 說服性廣告 (B)告示性廣告 (C)提醒性廣告 (D)多元性廣告。
- () 40.Apple 不僅在全球展店，更與各大電信商合作，讓消費者可以輕易購買到 iPhone 各系列產品。請問 Apple 是採取何種通路密度策略？
(A)獨占性配銷 (B) 選擇性配銷 (C)密集性配銷 (D)分散性配銷。

四、問答題（本項共 5 題，每題 1 分，佔 5%）

03.請判斷以下敘述，是屬於產品生命週期哪一個階段的行銷目標或市場特色？

A. 導入期 B. 成長期 C. 成熟期 D. 衰退期

- _____ 41. 維持顧客對產品的忠誠度 _____ 42. 擴大產品市場占有率
_____ 43. 吸收市場剩餘利潤 _____ 44. 提高產品知名度
_____ 45. 銷售量達到最高點