

市立新北高工 109 學年度第 2 學期 第一次段考 試題								班別		座號		電腦卡作答
科 目	商業概論	命題教師	陳雅倫	審題教師	曾珈甄	年 級	一	科 別	資語科	姓名		是

一、選擇題 共 50 題目 每題 2 分

1. 摺疊手機公司其產品單價高且具特殊性，公司透過一家或極少數的中間商來銷售其產品，這是何種行銷通路的密度策略？(A)獨家配銷(B)密集式配銷(C)選擇性配銷(D)大眾配銷。
2. 智慧型手錶在近年來的市場銷售成長率是 5%，低於過去十年平均值 10%，而且預估未來還會慢慢趨緩。我們可以推測該國家的智慧型手錶近年來是屬於哪一個產品生命週期？(A)成長期 (B)成熟期 (C)衰退期 (D)下市期。
3. 你在公司負責組裝作業，因學習能力強，經理希望培訓你做更進階的採購工作，這是工作設計的哪一項原則？(A)工作輪調(B)工作簡單化 (C)工作豐富化 (D)工作擴大化。
4. 下列有關行銷管理的敘述何者正確？(A)某雞精品牌透過電視購物頻道強力密集促銷，此屬於密集性配銷 (B)某醫療器材經銷商透過藥妝店銷售體溫計，此屬於一階通路(C)某冷氣製造商透過連鎖 3C 賣場為中間通路以銷售自有品牌，此屬於中間商品牌(D)某電器製造商透過一般電器行銷售其商品，若銷售績效佳就給予銷售獎金，此屬於推式策略。
5. 在人力資源網站上看到以下敘述，此應屬於何種類型的文件？1.負責國外業務 2.開發新業務/專案/專案管理 3.拜訪國外出差/客戶/收集分析市場行銷資訊 4.系統訂單，出貨維護，與客戶溝通訂單，圖面細節與廠內溝通交期，樣品追蹤 5.維護電子商務平台(A)工作日誌 (B)工作規範 (C)工作內容 (D)工作評價。
6. 某知名烘焙企業欲投資 60 萬於「巧克力夾心金牌吐司」的新產品線，生產每份吐司的單位成本為 20 元，該公司預期該項目投資報酬率為 50%，預估可以銷售 2 萬個吐司，若該烘焙企業採用目標報酬訂價法，請問新產品應訂價多少？(A)25 元 (B)30 元 (C)35 元 (D)40 元
7. 航空公司的哩程酬賓計畫是屬於下列何種市場區隔變數的形式？(A)人口統計區隔變數(B)心理區隔變數(C)社會經濟區隔變數(D)行為區隔變數。
8. 某公司正推動「品管圈」活動，鼓勵同一工作現場的員工組成小組，提出改善產品設計、生產或服務流程等之建議，如獲得公司採用則給予表揚與獎勵，請問此一活動的推行，最符合人力資源管理的哪一項原則？(A)民主原則 (B)科學原則 (C)參與原則 (D)發展原則。
9. 下列有關行銷規劃的步驟，其正確的順序為何？(A)擬定行銷組合→分析行銷環境→區隔市場→選擇目標市場→市場定位 (B)市場定位→分析行銷環境→區隔市場→選擇目標市場→擬定行銷組合 (C)分析行銷環境→區隔市場→選擇目標市場→市場定位→擬定行銷組合(D)分析行銷環境→擬定行銷組合→區隔市場→選擇目標市場→市場定位。
10. 下列有關行銷策略的敘述，何者正確？(A)選購品這類產品通常價格較低、購買頻率也較低，消費者不會花太多時間去比較 (B)某公司只專門生產各式口味的巧克力，總共多達 25 種，代表該公司的產品組合廣度很廣 (C)某量販店將某些產品委外製造後再冠上量販店品牌，稱為私有品牌 (D)某公司剛推出大尺寸 LED 電視時定價 5 萬元，再逐季降低售價到 2 萬元，以將產品滲透到中低所得家庭，此種定價模式稱為滲透定價法。
11. 嘉林公司推出一款新功能的掃地機，預計銷售 1,600 台，其中固定成本為 5,200,000 元，單位變動成本為 2,000 元，則每台掃地機售價應為多少才能達到損益平衡？(A)5,250 元 (B)4,200 元 (C)3,250 元 (D)2,600 元。
12. 某洗髮精公司推出髮香、清新、亮麗及烏黑等四種品牌，分別具有特定的品牌形象，以吸引不同的偏好族群，這是屬於哪一種目標市場的選擇策略？(A)集中式行銷 (B)差異化行銷 (C)大眾行銷 (D)個人化行銷。
13. 根據有效市場區隔的條件，下列敘述何者正確？(A)「足量性」是指區隔後的次級市場，其銷售潛量與規模大小足以讓企業有利可圖 (B)「可行動性」是指廠商能透過各種媒體提供行銷訊息給區隔後的次級市場 (C)「可接近性」是指市場大小能具體而準確的估算 (D)「可衡量性」是指擬定的行銷方案可有效吸引該次級市場的消費者。
14. 有關公司「品牌」的敘述，下列何者錯誤？(A)品牌可以是一個名稱 (B)品牌可以是一個標誌 (C)品牌不可以是一個符號 (D)消費者可由品牌辨認不同賣者的產品。
15. 有關影響行銷通路的長短，下列敘述何者正確？(A)購買頻率高的商品，以短通路為宜 (B)易腐性低的商品，以短通路為宜 (C)過重的商品，以長通路為宜 (D)標準化程度高的商品，以長通路為宜。
16. 關於消費品與該市場的敘述，下列何者錯誤？(A)消費品是直接滿足消費者慾望的產品 (B)銷售對象為一般大眾 (C)廣告是相對重要的推廣方式 (D)擬訂推廣組合時可完全不考慮公共關係。
17. 下列有關推力策略何者正確？(A)以消費者為主要對象 (B)人員銷售是主要方式 (C)是工業品專屬的推廣策略 (D)不需藉由中間商的強力推銷。
18. 某家寵物食品製造公司的行銷經理，希望能規劃對策，以因應旗下產品進入成熟期、衰退期的段變化，他應該如何做？(A)當產品在成熟階段時，必須盡可能維持市場地位 (B)在產品仍處於成熟期，應該縮減營運或停止生產該產品 (C)當產品進入衰退期，應該重建品牌知名度 (D)當產品處於衰退階段，必須要擴大市占率。
19. 某流行服飾公司最近提出「設計至上」的概念，讓所屬的設計師除原本的服飾設計之外，也需要負責控管設計專案的成敗，以確保設計師的設計理念得以正確執行、完整呈現。此外，不同產品線的設計師之間每隔幾年就交換崗位，以提高多

- 元化的時尚敏銳度，這在工作設計上的概念是屬於： (A)工作複雜化與工作晉升 (B)工作擴大化與工作輪調 (C)工作標準化與工作擴大化 (D)工作豐富化與工作輪調。
20. 下列何者不屬於行銷活動？ (A)便利商店的商品折扣 (B)衛福部推廣戒菸有益健康 (C)百貨公司的年終大拍賣 (D)公司進行財務計畫。
21. 企業必須全力達成下列哪項目標，才具有「行銷觀念」？ (A)比競爭者做更多的廣告與促銷活動 (B)將產品全部賣光 (C)以最低成本生產產品 (D)提供滿足消費者需求的產品與獲得利潤。
22. 請問「行銷近視症」的意義為何？ (A)將消費者需求與利益擺在次要考慮的因素，而著重於出清手中的產品 (B)只注重消費者需求與企業本身利益，枉顧了維護整體社會與自然環境的長期利益 (C)只看到產品本身，卻忽略顧客需求及企業追求的利益 (D)以上皆非。
23. 「無差異化行銷」的主要優點為何？ (A)可塑造專業化形象 (B)可降低成本 (C)可滿足不同市場的需求 (D)以上皆非。
24. 「定位」的敘述，下列何者正確？ (A)是讓消費者認為形象時時刻刻都不一樣 (B)是在消費者心目中占有特定地位，且形象是鮮明一致的 (C)是競爭者的心目中創造出特定的形象 (D)是在消費者心目中占有特定地位，最好和競爭者一樣。
25. 產品的五層次包括：(1)基本產品、(2)附加產品、(3)潛在產品、(4)核心產品、(5)期望產品。若以同心圓表示此五個層次，由內而外之順序為何？ (A)(5)(4)(2)(1)(3) (B)(4)(5)(1)(3)(2) (C)(5)(4)(1)(3)(2) (D)(4)(1)(5)(2)(3)。
26. 有關產品組合的描述，下列何者正確？ (A)「長度」是指產品線中每一產品有多少不同形式 (B)「廣度」是指產品組合中的產品總數 (C)「深度」是指有多少條不同的產品線 (D)「一致性」是指各產品線在最終用途或其他方面的關聯程度。
27. 下列有關產品生命週期各階段特徵的敘述，何者正確？ (A)成長期是指市場快速接受且利潤大幅提升的階段 (B)成熟期是指銷售量下降且利潤大幅衰退的階段 (C)導入期是以維持消費者忠誠度為主要行銷策略 (D)衰退期是以建立產品知名度為主要行銷策略。
28. 下列有關通路長度的敘述，何者正確？ (A)高單價比低單價的產品有較短的通路 (B)易腐產品（如花卉、蔬果）的通路長度比較長 (C)簡單、標準化的產品，通路長度通常較短 (D)購買頻率越高的產品，通路長度通常較短。
29. 下列有關工作評價的敘述，何者錯誤？ (A)評定各種工作之間的相對價值 (B)計算員工薪資高低的標準 (C)為工作分析的基礎 (D)可達成同工同酬、異工異酬的目的。
30. 關於行銷的敘述，下列何者錯誤？ (A)行銷可以用來經營顧客關係 (B)行銷可以有效地滿足顧客需求 (C)行銷有助於商品的銷售 (D)行銷就等同於廣告。
31. 有關消費品的分類，下列何者錯誤？ (A)汽車、房子是選購品，因為必須比較後才購買 (B)許多便利品常放置在收銀機附近，以利消費者隨意購買 (C)墓碑、生前契約是屬於特殊品 (D)便利品因為消費者經常要購買，所以便利性很重要。
32. 有關產品生命週期中，衰退期的敘述何者有誤？ (A)階段開始就處於虧損狀態 (B)產品銷售量逐漸減少 (C)競爭者陸續退出市場 (D)企業可能會因此停產該產品。
33. 下列有關產品的敘述，何者錯誤？ (A)消費者想獲得的根本利益是指期望產品 (B)理念是產品的一種 (C)消費者沒有聽說過的產品稱為忽略品 (D)產品大致可分為消費品與工業品兩大類。
34. 關於推廣組合的工具，下列何者錯誤？ (A)促銷活動的工具包括商品折扣、抽獎等 (B)人員銷售的工具包括電話行銷、街上兜售等 (C)直效行銷的工具包括電子購物、郵寄目錄行銷等 (D)公共關係的工具包括贊助活動、產品發表會等。
35. 下列有關影響通路長短之敘述，何者正確？ (A)市場規模大，以較短通路為宜 (B)中間商配合度低，以較短通路為宜 (C)體積較大的商品，以較長通路為宜 (D)地理位置集中，以較長通路為宜。
36. 下列敘述何者屬於差別訂價？ (A)銷售者提供更長的付款期限 (B)百貨公司以知名品牌較低售價來吸引人潮 (C)某表演團體在表演觀賞的區域位置，分別訂定不同的價格 (D)某通路業者將價格提高後，再以特惠價格來銷售。
37. 在現代行銷管理觀念中，下列敘述何者錯誤？ (A)行銷適用於營利、非營利及政府組織 (B)行銷僅是廣告及人員銷售 (C)行銷是滿足顧客的需要，也要使公司獲利 (D)進行行銷活動時，也要考量社會、環境等問題。
38. 某公司計劃推出自行研發的新產品 A 在市場銷售，該項產品 A 經估算每月的總固定成本為 \$120,000，每單位的變動成本為 \$12，而根據市場行情，每單位產品 A 的售價為 \$42，則該公司每月應銷售多少單位，才會達到損益平衡？ (A)3,000 單位 (B)4,000 單位 (C)5,000 單位 (D)6,000 單位。
39. 有關人力資源管理，下列敘述何者錯誤？ (A)是用來推動上級意念、互相監督、考核以及解雇員工的一種管理手段 (B)進行招募人員、面試、甄選及訓練的工作 (C)是用來培養人才的一種管理機制 (D)可藉此訓練職員、評鑑及獎勵員工。
40. 關於工作設計的說明，下列敘述何者錯誤？ (A)工作擴大化是指工作垂直式擴張 (B)工作豐富化是讓員工有更多的責任與自主權 (C)工作輪調是員工每隔一段時間就換另一種工作 (D)工作分析是描述與記錄工作行為與工作內容的過程。
41. 在員工甄選時，用來鑑定應徵者未來發展可能性的測驗，稱為 (A)成就測驗 (B)智力測驗 (C)人格測驗 (D)性向測驗。

42. 針對常見的甄選方式，下列敘述何者有誤？ (A)考試可以分為筆試與口試 (B)成就測驗是用來衡量應試者的專業知識與技能 (C)推薦常用來尋找高階主管人才 (D)面談的優點在於其公平、客觀。
43. 人員任用是人力資源管理的重要工作，內部招募可避免流失優秀人才，但也有缺點存在，其主要缺點為何？ (A)需較長時間適應 (B)人力結構老化 (C)無法提升員工士氣 (D)成本較高。
44. 下列何者不是從「公司內部」招募員工的優點？ (A)可注入大量新血 (B)成本較低 (C)新人訓練時間縮短 (D)對組織較熟悉。
45. 某主題樂園票價正在思考如何訂價，行銷及營運長希望以 599 元作為票價，讓消費者心中認為有多賺到的感覺。請問此屬於何種定價法？ (A)認知價值定價法 (B)心理定價法 (C)現行水準定價法 (D)追隨領袖定價法。
46. 某家公司銷售已久品牌洗髮精，因市場競爭者眾多，且銷售量已成長趨緩、利潤也似乎開始下降，若您是行銷部門負責人請問你會使用何種方式解決此問題？ (A)採用提醒性廣告，並建立消費者品牌偏好 (B)採用說明性廣告，並播放比較性質廣告來維持市占率 (C)採用告知性廣告並維持品牌忠誠度 (D)採用提醒性廣告或外移新市場及區隔新市場，從飽和市場中維持品牌忠誠度及市占率。
47. 今日新聞與世新大學新聞傳播學院進行產學合作，不僅讓學生能獲得更多專業指導，也能讓今日新聞培養更多人才，請問這是屬於何種類型的職前訓練？ (A)現場實習 (B)開班講授 (C)建教合作 (D)進修訓練。
48. 下列有關甄選員工的敘述，何者正確？ (A)甄選標準愈高愈好 (B)應募集能對組織有短期貢獻者 (C)推薦常用於尋找高階主管人才 (D)不一定要網羅工作所需的人才。
49. 某公司在招募時，特別強調員工有外出喝咖啡的「咖啡假」福利，請問有關該議題的敘述，何者正確？ (A)招募屬於「用才」的範圍 (B)此福利屬於「育才」的範圍 (C)此福利為並非法定福利 (D)該制度符合人力資源管理的科學原則。
50. 台灣企銀宣布由內部職員升任董事長及總經理職位，請問台灣企銀採取此做法的原因，較不可能為 (A)鼓勵內部士氣 (B)人員易適應組織文化 (C)促使人力年輕化 (D)提升員工努力動機。