

台灣糖業股份有限公司 110 年度新進工員甄試試題

甄試類別【代碼】：外勤銷售 1【R9202】、外勤銷售 2【R9203】

專業科目 B：行銷實務

*入場通知書編號：_____

注意：①作答前先檢查答案卡（卷），測驗入場通知書編號、座位標籤、應試科目是否相符，如有不同應立即請監試人員處理。使用非本人答案卡（卷）作答者，該節不予計分。
②本試卷一張雙面，題型為【四選一單選選擇題 25 題，每題 2 分；複選題 15 題，每題 2 分；非選擇題 2 題，每題 10 分】，共 100 分。
③第 1~25 題為單選題，請選出一個正確或最適當答案，答錯不倒扣；以複選作答或未作答者，該題不予計分。
④第 26~40 題為複選題，每題有 4 個選項，其中至少有 2 個是正確答案，各題之選項獨立判定，所有選項均答對者，得該題全部分數；答錯 k 個選項者，得該題(4-2k)/4 之題分；所有選項均未作答或答錯 2 個選項以上者，該題以零分計算。
⑤選擇題限以 2B 鉛筆於答案卡上作答，請選出最適當答案，答錯不倒扣；未作答者，不予計分。
⑥非選擇題限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，並請依標題指示之題號於各題指定作答區內作答。
⑦請勿於答案卡（卷）上書寫姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。
⑧本項測驗僅得使用簡易型電子計算器（不具任何財務函數、工程函數、儲存程式、文數字編輯、內建程式、外接插卡、攝（錄）影音、資料傳輸、通訊或類似功能），且不得發出聲響。應考人如有下列情事扣該節成績 10 分，如再犯者該節不予計分。1.電子計算器發出聲響，經制止仍執意續犯者。2.將不符規定之電子計算器置於桌面或使用，經制止仍執意續犯者。
⑨答案卡（卷）務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

壹、單選題

【4】1.行銷活動中，公共關係屬於下列哪一種行銷組成份？

- ①產品(product) ②價格(price) ③通路(place) ④推廣(promotion)

【1】2.行銷人員常以消費者世代做為市場區隔變數，如千禧世代消費者，「世代」屬於下列哪一種市場區隔變數？

- ①人口統計 ②心理統計 ③行為 ④地理

【4】3.有關「麥當勞藉由電視廣告向消費者宣傳新漢堡產品」案例，以行銷溝通歷程而論，其中發訊者是指下列何者？

- ①消費者 ②電視廣告 ③新漢堡產品 ④麥當勞

【4】4.溫泉飯店常在夏天淡季時進行折扣促銷，屬於下列何種折扣類別？

- ①折讓(allowance)
②功能折扣(functional discount)
③數量折扣(quantity discount)
④季節折扣(seasonal discount)

【3】5.正式推出新產品之前，業者舉行小型試賣會以試水溫，乃屬於新產品發展歷程中哪一個環節？

- ①概念篩選 ②概念測試
③市場測試 ④概念發想

【2】6.家樂福量販店就諸多民生用品推出自己的品牌，此種品牌稱之為何？

- ①品牌延伸 ②自有品牌
③家族品牌 ④製造商品牌

【2】7.消費者決策易受意見領袖影響，意見領袖屬於下列哪一種影響因素？

- ①文化因素 ②社會因素
③個人因素 ④經濟因素

【1】8.針對飯店而言，下列何者為產品層級中所指稱的核心利益？

- ①休憩 ②房間盥洗用具 ③乾淨的床鋪 ④附設水療設施

【3】9.相同容量的可口可樂在高檔餐廳價格較貴，而自動販賣機價格較便宜，此種訂價措施稱之為何？

- ①促銷訂價 ②競爭者訂價
③差別取價 ④心理訂價

【3】10.產品差異化的方式眾多，改變產品容量、大小，使其與眾不同是屬於何種差異化？

- ①耐久性(durability) ②功效品質(performance quality)
③形式(form) ④風格樣式(style)

【3】11.在拜訪客戶前，業務人員應儘可能蒐集與客戶相關的資料，以發展出一套銷售策略。此屬於銷售七大步驟的何種步驟？

- ①發掘與篩選 ②簡報與示範 ③事前準備 ④事後追蹤

【1】12.許多品牌在推出年度新品時，總會在電視、戶外大型看板、雜誌等媒體爭取曝光機會，這些活動可總稱為何？

- ①廣告 ②價格促銷 ③公共關係 ④通路行銷

【3】13.在產品生命週期中，下列哪一階段為新產品首次於市面上出現，因銷售額成長緩慢，故廠商主要行銷策略是透過大量曝光引發顧客對產品的興趣？

- ①產品發展期 ②產品成熟期 ③產品導入期 ④產品衰退期

【2】14.某一餐廳特別強調，其所提供的食材多是直接與在地小農契作而來，與其他競爭者向中盤商大量採購不同。該餐廳為顧客創造價值的方式較符合下列何者？

- ①大量鋪貨 ②差異化 ③方便採購 ④低價

【1】15.某一賣場販售食品雜貨、玩具、服飾等不同類型產品給最終消費者。該賣場是屬於下列何種通路型態？

- ①零售商 ②批發商 ③專賣店 ④代理商

【4】16.「某一公司投入相當多資源在引導、激勵員工，確保員工相信自家品牌，期望以此讓員工能為顧客提供更好的服務」屬於下列何種服務行銷類型？

- ①責任行銷 ②外部行銷 ③互動行銷 ④內部行銷

【2】17.「某一銀行與手機遊戲廠商合作共同推出聯名信用卡，該信用卡專注於那些有在玩該手機遊戲的少數玩家」屬於下列何種行銷方式？

- ①大眾行銷 ②利基行銷
③無差異行銷 ④互動行銷

【3】18.若有 3 家品牌商分別將產品銷售給 5 位顧客，則交易次數共有幾次？若多了一家中間商後，則交易次數共有幾次？

- ① 3；8 ② 3；15 ③ 15；8 ④ 8；15

【4】19.試用新產品的意願因人而異，若一消費者急於嘗試新產品，或採用新產品的時間最早，則此消費者可稱之為何？

- ①晚期大眾 ②落後者
③早期大眾 ④創新者

【3】20.王經理明日要接待一客戶，事前知道該客戶偏愛排餐，恰好報紙上刊登了一篇關於台北一餐廳推出和牛套餐的相關報導，因此王經理決定選擇此餐廳做為宴客地點。此餐廳採用下列何種宣傳方式而奏效？

- ①人員銷售 ②價格促銷
③公共關係 ④直效行銷

【2】21.印表機廠商有時會以相當低的價格將主機賣給消費者，但藉由販售墨水反而能彌補主機的虧損，進而獲利。此種訂價策略稱之為何？

- ①市場刮脂訂價法 ②後續產品訂價法
③產品配套訂價法 ④市場滲透訂價法

【4】22.大型量販超市擁有相當多分店，藉由此優勢，量販超市長期對供應商訂定不合理的付款條件，造成眾多供應商聯合暫停供貨給該量販超市。此屬於下列何種情況？

- ①水平通路衝突
②去中間化
③選擇性配銷
④垂直通路衝突

【2】23.一業務人員不斷向顧客強調產品的規格有多好，卻忽略了顧客真正需要的是什麼。該名業務人員犯了何種錯誤？

- ①認知失調 ②行銷短視症
③通路衝突 ④無差異行銷

【1】24.有關銷售過程，下列敘述何者錯誤？

- ①成交是銷售過程的最後一個步驟
②好的業務人員應該要能辨認合適的潛在顧客
③在銷售過程中，業務人員必須設法找出、澄清，並克服顧客拒絕購買的任何理由
④好的業務人員能夠針對顧客的問題，設想出適當的解決方案

【1】25.某一公司投入較多行銷資源在銷售人員的佈建，而較少著重在廣告宣傳和公共關係的建立。這代表此公司傾向使用____多於____。空格處應依序填入下列何者？

- ①推式策略；拉式策略 ②大數據行銷；推式策略
③拉式策略；推式策略 ④拉式行銷；通路行銷

【請接續背面】

貳、複選題

【14】26.就行銷角度，強勢品牌包括下列哪些優點？

- ①忠誠者多
- ②漲價時，消費者需求彈性大
- ③品牌延伸機會少
- ④知覺產品功效佳

【124】27.下列何者為直效行銷(direct marketing)工具？

- ①電話行銷
- ②型錄行銷
- ③量販店
- ④線上官網

【24】28.就行銷工具而言，下列何者屬於消費者銷售促進(sales promotion)措施？

- ①贊助運動賽事
- ②折價券
- ③公共報導
- ④免費贈品

【34】29.就服務業而言，下列何者容易導致消費者轉換行為的服務業者失誤問題？

- ①顧客搬遷
- ②競爭者服務品質更佳
- ③服務業者態度差
- ④未回應顧客抱怨意見

【234】30.在行銷溝通中，下列何者屬於非個人式（大眾）溝通類型？

- ①面對面人員銷售
- ②公共報導
- ③事件行銷
- ④電視廣告

【124】31.在市場區隔中，下列何者屬於心理統計區隔變數？

- ①人格特質
- ②生活型態
- ③使用量
- ④價值觀

【13】32.在產品生命週期四階段中，成熟期的特點為下列何者？

- ①銷售尖峰
- ②每顧客成本高
- ③利潤高
- ④競爭者數最少

【12】33.為誘使消費者購買，業者常附加較高的外部參考價格，以提高實際優惠售價對消費者的吸引力，下列何者屬於外部參考價格？

- ①建議售價
- ②一般售價
- ③折扣價
- ④會員價

【23】34.為解決服務易逝性問題，服務業者可採用下列何種方法？

- ①加強員工教育訓練
- ②預約系統
- ③尖峰時段雇用兼職員工
- ④服務流程標準化

【14】35.消費品是基於個人目的所消費者之產品，下列何種產品類型屬於消費品？

- ①便利品
- ②服務
- ③工業品
- ④冷門品

【234】36.行銷人員在制定行銷策略時，會先分析總體環境。下列何者屬於總體環境？

- ①競爭環境
- ②經濟環境
- ③政治環境
- ④科技環境

【34】37.消費者在採用新產品時通常會經歷過一段 AIETA 歷程， AIETA 包括下列何種階段？

- ① Attitude（態度）
- ② Approach（接觸）
- ③ Awareness（知曉）
- ④ Adoption（採用）

【23】38.行銷人員必須蒐集市場資料以制定出適當的行銷策略。市場資料可區分為一手與二手資料。下列何者屬於一手資料取得的方式？

- ①向行銷顧問公司購買研究報告
- ②問卷調查
- ③現地觀察
- ④網路搜尋關鍵字

【134】39.當廠商決定採用目標報酬訂價法(target return pricing)進行產品訂價時，需要知道下列何種資訊？

- ①目標利潤
- ②競爭者價格
- ③變動成本
- ④固定成本

【1234】40.要做到有效的市場區隔，所區隔的市場應符合下列何種條件？

- ①可接近
- ②具差異化
- ③可衡量
- ④足量

參、非選擇題二大題（每大題 10 分）

第一題：

在現今行銷競爭中，產品包裝已成為產品差異化的工具之一，請回答下列問題：

（一）產品包裝欲達成的主要功用為何？【5 分】

（二）請分析促使包裝成為重要行銷工具的因素。【5 分】

第二題：

請回答下列問題：

（一）在制定行銷策略時，行銷人員通常會先進行 S(segmentation)、T(targeting)、P(positioning)此三個步驟，請分別說明何謂 STP。【6 分】

（二）為什麼要做 STP？【4 分】