臺中捷運股份有限公司

115年度新進人員甄試 試題

甄試類科：C03 專員(企劃行銷類)

專業科目：綜合科目【企業管理(管理學、品牌管理概論)、行銷理論與實務】

測驗時間：50分鐘

—作答注意事項—

① 本試題本為雙面印刷，答案卡每人一張，不得要求增補。作答前應先自行檢查答案卡、入場編號、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。

② 本次甄試題型為選擇題，限用2B鉛筆在答案卡上劃記作答，欲更改答案時，請用橡皮擦擦拭乾淨，再行作答，切不可留有黑色殘跡，或將答案卡污損，也切勿使用立可帶或修正液(立可白)。

③ 本次甄試筆試不得使用電子計算機。

④ 測驗開始後，不得提早交卷離場。測驗結束鈴(鐘)響後，若未繳交答案卡者，該節以零分計。繳卷時，應經監試人員驗收後始得離場。

標準答案公告
僅供參考

標準答案公告

僅供參考

單選題【共40題，每題2.5分，共100分。每題有4個選項，其中只有一個是正確或最適當的答案。答對者，該題得2.5分；答錯、未作答或複選作答者，該題不予計分】

C 1.SWOT分析中，「臺中市人口成長與公共運輸需求增加」較適合歸類為：
(A)優勢 (B)劣勢 (C)機會 (D)威脅

D 2.臺中捷運若以「準點率、班距穩定性、旅客滿意度」作為績效指標，最主要目的為：
(A)取代品牌管理 (B)增加組織層級
(C)減少市場調查 (D)衡量服務品質與營運成果

D 3.馬斯洛五大需求層級理論中，最高層次需求為：
(A)安全需求 (B)社會需求 (C)尊重需求 (D)自我實現需求

C 4.霍桑實驗對管理學最大的啟示是：
(A)金錢是唯一激勵因素 (B)組織不需正式制度
(C)社會關係與被重視感會影響工作表現 (D)管理者應完全放任員工

C 5.下列何者屬於「非正式組織」？
(A)公司章程 (B)人事規章
(C)員工私下形成的互助群體 (D)正式部門編制

B 6.授權的主要目的在於：
(A)取消主管責任 (B)提升部屬參與與決策效率
(C)降低員工能力 (D)避免溝通

C 7.下列何者最符合「控制」功能？
(A)設計組織圖 (B)訂定年度目標
(C)比較實際績效與標準並修正偏差 (D)激勵員工投入服務

C 8.目標管理MBO強調：
(A)主管單方面下命令 (B)員工不需知道目標
(C)上下共同設定目標並檢核成果 (D)只重視過程不重視結果

D 9.若管理者在資訊不足下，根據經驗快速判斷，屬於：
(A)程序化決策 (B)自動化決策 (C)完全理性決策 (D)非程序化決策

B 10. KPI的主要功能是：
(A)取代所有策略 (B)衡量關鍵績效成果
(C)取消員工考核 (D)只用於財務部門

A 11. 下列何者最符合「組織文化」？
(A)員工共同相信與遵循的價值、規範與行為模式
(B)公司資產負債表
(C)單次廣告活動
(D)年度預算表

標準答案公告
僅供參考

D 12. 溝通過程中，訊息被誤解、扭曲或干擾，稱為：
(A)回饋 (B)編碼 (C)解碼 (D)雜訊

B 13. 品牌最主要的功能是：
(A)只代表產品價格
(B)協助消費者辨識並形成差異化認知
(C)降低服務品質
(D)取代企業管理

A 14. 品牌權益（brandequity）指的是：
(A)品牌帶來的附加價值
(B)公司全部固定資產
(C)員工薪資總額
(D)單次銷售收入

D 15. Keller 品牌知識模型主要包含品牌知名度與：
(A)物流效率
(B)生產成本
(C)組織結構
(D)品牌聯想

B 16. 臺中捷運若強調「安全、準點、友善、便利」，這些屬於品牌：
(A)負債 (B)聯想 (C)折舊 (D)通路成本

A 17.「品牌定位」的核心是：
(A)讓品牌在目標顧客心中形成清楚且有差異的形象
(B)只降低票價
(C)完全模仿競爭者
(D)只更換標誌顏色

A 18. 品牌識別系統通常包含名稱、標誌、色彩、口號與：
(A)視覺風格 (B)負債比率 (C)存貨週轉率 (D)員工年資

B 19. 品牌危機發生時，企業最適當的處理原則是：
(A)隱瞞事實並拒絕回應
(B)快速、透明、負責任地溝通與改善
(C)只怪罪顧客
(D)等媒體忘記即可

A 20. 若企業透過一致的服務流程、制服、站體設計與乘客服務語氣塑造形象，屬於：
(A)品牌接觸點管理 (B)存貨管理 (C)財務槓桿 (D)採購管理

C 21. 行銷工作者將所有生產與行銷成本逐項加總，再加上想賺取之利潤空間，而計算出銷售商品之銷售價格之計算方式，稱之為：
(A)目標成本法
(B)目標利潤法
(C)成本加總法
(D)邊際成本法

D 22. 所謂行銷組合（marketing mix）是指企業利用各種行銷手段的組合方式，其組合目的在達成行銷目標。這些行銷手段係企業內部可控制的因素，如「4P」，請問下列何者不屬於「4P」之內容？
(A)產品（Product）
(B)通路（Place）
(C)價格（Price）
(D)人們（People）

標準答案公告
僅供參考

A 23. 當行銷人員研究一新的市場時，應先就四個問題提出疑問，此四個問題為「4W's」，請問下列何者不屬於「4W's」之內容？
(A)市場為誰購買（Whom）　(B)為何購買（Why）
(C)購買者是誰（Who）　(D)如何購買（How）

C 24. 執行目標市場行銷涉及下列三個步驟，稱作「STP」，請問下列何者不屬於 「STP」之內容？
(A)市場區隔化（Segmentation）　(B)目標市場（Targeting）
(C)市場促銷（Promoting）　(D)市場定位（Positioning）

B 25. 下列何者是廠商為了銷售商品追求互利，不僅將產品或服務的屬性與利益傳送給顧客，也讓顧客獲得獨特且有趣經驗的行銷方法？
(A)事件行銷　(B)體驗行銷　(C)故事行銷　(D)客製化行銷

B 26. 在商品行銷過程中，「服務（Service）」是扮演重要的角色，下列何者不屬於「服務」的特性？
(A)無法保存性　(B)有形性　(C)無形性　(D)易變性

C 27. 在市場行銷中，有關品牌（Brand）定位有其重要性，請問對於品牌定位的敘述下列何者是錯誤的？
(A)品牌定位是使公司品牌在消費者心中擁有與眾不同的形象
(B)品牌定位是使企業與消費者之間產生共鳴
(C)品牌定位的目的是有效地複製產品使與其它競爭者達到一致性
(D)品牌定位是將品牌認同與價值積極的傳播給目標對象

B 28. 由於電子商務之崛起與進行，現在企業皆多會跨過不同國家或地區，稱之為：
(A)便利店商　(B)跨境電商　(C)跨境商務　(D)無邊界電商

A 29. 必須透過特殊的閱讀軟體（Reader），以電子文件之形式，透過網路連結載至一般常見之平台，一般稱之為：
(A)電子書　(B)網路書　(C)平台書　(D)數位書

C 30. 就民生消費品而言，企業一般會以「國別」或下列何種行銷組織來進行銷售？
(A)人民別　(B)民族別　(C)區域別　(D)年齡別

C 31. 由商業組織舉辦之大型展示會，邀請相關企業參與，展示商品或服務，招集可能目標顧客，蒐集顧客名單並促成交易之活動，稱之為：
(A)贊助　(B)商演　(C)商展　(D)優惠促銷

D 32. 下列何者不是一般企業選擇合作之出口商作為中間商之主要原因？
(A)增加產品線之完整性　(B)增加產品項目來促進銷售
(C)分擔固定費用　(D)提升企業形象

B 33. 如果 Prada 在全世界皆以此品牌銷售產品，此種銷售行為稱之為下列何種品牌策略？
(A)高級品牌　(B)全球品牌　(C)地區品牌　(D)尊貴品牌

標準答案公告
僅供參考

B 34. 下列何者行銷是指企業利用本身資源、創意、企劃，來創造或運作大眾關心的事件、議題，從而吸引傳媒報導與大眾之參與，達成企業形象提升，增進商品銷售的目的？
(A)體驗行銷（Experience Marketing）　(B)事件行銷（Event Marketing）
(C)關係行銷（Relationship Marketing）　(D)善因行銷（Cause Marketing）

D 35. 群眾與政府經常以「消費者主義」與下列何者主義對於企業經營與行銷活動的弊病予以管制及規範，以合理保障消費者權益，而當企業開始重視社會責任時，除創造利潤，亦能達到永續環境的目標？
(A)民生主義　(B)生活主義　(C)快樂主義　(D)環境保護主義

D 36. 資料庫行銷關鍵是指在於何種系統之發展下，提升了資料庫的威力，使行銷人員可以做到過去所做不到的是：
(A)效率（efficiency）　(B)效能（efficacy）
(C)成本（cost）　(D)資訊（information）

A 37. 企業之行銷規劃及管理程序經由策略行銷規劃之觀念開始，逐步發展為企業經濟發展事業部門之經營使命，進而透過下列哪一種分析，掌握有效之目標市場，並確立事業行銷目標？
(A)內外部環境分析　(B)統計分析　(C)線上分析　(D)交叉分析

A 38. 下列何者行銷觀念（Marketing concept）是認為企業提供商品或服務滿足顧客需求時，要同時顧及消費者及社會群體的福利？
(A)社會行銷觀念（Social marketing concept）
(B)商品化行銷觀念（Commercialization marketing concept）
(C)商品企劃行銷觀念（Commodity planning marketing concept）
(D)市場行銷觀念（Market marketing concept）

D 39. 行銷活動之思維起點，必須由傳統產品導向的4P轉換到下列哪一種導向，才能講求如何提供對個別顧客而言有價值之產品？
(A)企業（enterprise）　(B)專業（specialty）
(C)經濟（economy）　(D)顧客（customer）

A 40. 某企業連鎖飯店舉辦活動，凡來賓於飯店大門拍照並上傳 Facebook，就可以獲得下次住宿九折的優待券，請問這樣的手段無法實現下列哪一個行銷目的？
(A)提高客單價　(B)提升品牌態度
(C)提升品牌知曉　(D)獲得再次消費的機會

標準答案公告
僅供參考