

甄選筆試試題

電子商務概論-大數據及電商行銷班

壹、選擇題

- (B) 1. 下列何者不屬於電子商務的主要四個流(flow)?
A. 金流 B. 時尚流 C. 商流 D. 資訊流。
- (D) 2. 網站藉由銷售商品、資訊或服務給消費者從中賺取價差，是屬於那一種收益模式(revenue model)?
A. 廣告收益模式 B. 訂閱收益模式 C. 手續費收益模式 D. 銷售收益模式。
- (D) 3. 金融業間之電子資金移轉作業是屬於電子商務的何種模式?
A. C2C(Customer-to-Customer) B. C2B(Customer-to-Business)
C. B2C(Business-to-Customer) D. B2B(Business-to-Business)。
- (A) 4. 電子憑證是?
A. 網路購物的身分證明 B. 軟體的序號
C. 應用軟體的開發商 D. 作業系統中使用者的帳號和密碼。
- (D) 5. 電子現金的哪一個特性，可經由不同的存提款設備，將電子現金儲存在不同的設備中?
A. 匿名性 B. 可分性 C. 離線付款 D. 可轉換性
- (C) 6. 對電子商務安全機制的描述，下列何者不正確?
A. 認證中心是整個電子商務的核心關鍵
B. 金鑰有公開金鑰(public key)與私人金鑰(private key)兩種
C. 所謂電子簽章就是把手寫筆跡數位化
D. 加密方式目前大多採用 DES 或 RSA 演算法
- (C) 7. 透過下列何種工具，行銷人員可以明確地瞭解在特定產業中，競爭品牌在消費者心中定位的相對位置關係?
A. 資料倉儲 B. 資料探勘 C. 商品定位圖 D. 流程圖。
- (A) 8. 有關行銷觀念的演變，下列何者排序正確?
A. 生產觀點→產品觀念→銷售觀念→行銷觀念→社會行銷觀念
B. 生產觀點→銷售觀念→產品觀念→行銷觀念→社會行銷觀念
C. 產品觀念→生產觀點→銷售觀念→行銷觀念→社會行銷觀念
D. 銷售觀念→生產觀點→產品觀念→行銷觀念→社會行銷觀念。
- (D) 9. 網路行銷是指?(A) 電子化行銷(B) e-marketing(C) 泛指運用任何整合性科技來達到行銷目的(D) 以上皆是。
- (B) 10. 對企業而言，網路行銷分析是用來分析什麼的功能?(A) 滿足企業廠商需要 (B) 滿足消費者需要 (C) 滿足行銷者需要 (D) 以上皆非。
- (D) 11. 產品差異化有什麼重點?
(A) 有效做市場區隔 (B) 可透過網路行銷做服務差異化
(C) 引導消費者對產品價格較不在意 (D) 以上皆是。
- (B) 12. 行銷是什麼?(A) 一整體性的企業市場活動流程(B) 用於產品定價、企劃、促銷(C) 服務和分配產品給現有及潛在的顧客 (D) 以上皆是
- (D) 13. 直效行銷是指?
(A) indirect marketing (B) 針對大眾化的需求
(C) 間接與特定的消費者溝通(D) 以期能獲得直接和立即的回應
- (A) 14. 個人化行銷的延伸和擴大的例子

- (A) 「網路個人媒體」(B) 「網路媒體」(C) 「網路電視」(D) 以上皆是
- (A) 15. 網路行銷使用的成效仍不是很大，其可能的原因如下：
(A) 只是把網路行銷當作工具 (B) 企業新產品計劃必須搭配
(C) 和企業原有系統做連結整合 (D) 以上皆是
- (A) 16. 所謂大量訂製化 (mass customization) 是指？
(A) 將產品的需求依照客戶個人化來訂製 (B) 將產品的需求依照大眾化來訂製(C) 將產品的需求依照客戶大量化來生產 (D) 以上皆是
- (A) 17. 網路行銷管理是什麼？
(A) 將網路行銷和企業經營做結合 (B) 以經營管理來規劃、分析、執行網路行銷 (C) 和企業其他資訊系統功能整合 (D) 以上皆是
- (A) 18. 網際網路行銷與傳統行銷有很大的差異：
(A) 傳統行銷是在於高互動行銷 (B) 傳統行銷是在於個人化行銷
(C) 傳統行銷是在於大量行銷 (D) 傳統行銷是在於少量行銷
- (D) 19. 何種電子商務平臺，是為了一般消費者提供一個線上交易平臺，使賣方可以主動提供商上網拍賣，而買方可以自行選擇商品進行競價
(A) B2B (B) B2C (C) C2B (D) C2C
- (D) 20. 行銷者透過網際網路上來行銷，什麼成本幾乎為零？
(A) 開發成本(B) 複製成本(C) 維護成本(D) 人力成本
- (C) 21. 何者交易型態是消費者可聯合有意買家，集體向企業議價，以較低之價格購得所需商品 (A) B2B (B) B2C (C) C2B (D) C2C
- (A) 22. 從行銷的觀點來看，其價格可分成？
(A) 市價(B) 二手價(C) 普通價 (D) 以上皆是
- (A) 22. 有關「網路行銷」的敘述，下列何者不正確？
(A)傳統行銷與網路行銷的流通階層完全相同
(B)目前網路傳輸的速度仍有技術上的瓶頸
(C)消費者對於企業保密信用卡號的程度感到憂心
(D)採用網路行銷的企業可以快速收集消費者回饋的訊息。
- (A) 23. 有關網路購物的敘述，下列何者不正確？
(A)對經營者而言，不會增加其營業時間
(B)經營者必須具備電腦與網路
(C)對消費者而言能節省購物時間
(D)網路購物是指在利用通 信電纜、光纖將世界各地的電腦、使用者間連接起來的網路上進行購物的活動。
- (D) 24. 業者在從事網路行銷時，可能遭遇的限制下列何者為非？
(A)消費者購買力的隱藏
(B)網路安全的顧慮
(C)銷售對象的限制
(D)受經濟規模大小的限制
- (A) 25. 假設您將成立一間網路商店，且擬透過網際網路進行網路行銷，請問下列何種方式不屬於網路行銷之活動？
(A)設立門市並派員與客戶面對面銷售
(B)成立網站設置屬於您的 網路商店
(C)在知名網站刊登您網路商店之網路廣告

- (D)寄發電子郵件推廣自己的網路商店所提供之產品或服務
- (D) 26. 「氣氛營造」例如線上服裝秀，是屬於網路行銷組合 4P 的哪一 P ?
(A)Product (B)Price (C)Place (D)Promotion
- (B) 27. 「網路搭售」是屬於網路行銷組合 4P 決策中的哪一 P ?
(A)產品 (B)價格 (C)通路 (D)推廣
- (A) 28. 「網路 CIS」是屬於網路行銷組合 4P 決策中的哪一 P ?
(A)產品 (B)價格 (C)通路 (D)推廣
- (D) 29. 「Blog 事件」是屬於網路行銷組合 4P 決策中的哪一 P ?
(A)產品 (B)價格 (C)通路 (D)推廣
- (D) 30. 「免費下載桌布」是屬於網路行銷組合 4P 決策中的哪一 P ?
(A)產品 (B)價格 (C)通路 (D)推廣
- (B) 31. 網路名店「東京著衣」常推出一件衣服 199、299 或 399 的價格，請問它採取了哪一種心理定價 ?(A)聲望定價 (B)畸零定價 (C)差別定價 (D)習慣定價
- (D) 32. 小明在 630.tw 網站年終特賣會上，買到物超所值的牛仔褲，心情也跟著變好。請問 630.tw 網站使用了哪種促銷手法？
(A)抵換折讓 (B)功能性折扣 (C)促銷折扣 (D)季節折扣
- (C) 33. 請問網路行銷組合 4P 中，何者最缺乏彈性？
(A)Product (B)Pricing (C)Place (D)Promotion
- (D) 34. 下列何者不是網路行銷的趨勢？(A)一對一行銷 (B)一對一廣告 (C)一對一服務 (D)一對一人員推銷
- (D) 35. 有關網路行銷的敘述，下列何者有誤？
(A)網路行銷不一定要自行架設企業網站
(B)橫幅廣告不一定有效
(C)與入口網站作連結不一定能提高網路行銷效益
(D)若企業要打網路廣告一定要找雅虎奇摩這類入口網站
- (A) 36. 網際網路對現有配銷通道有替代效果與延伸效果，例如以網路來替代旅行社有關機票的業務，是指？(A)替代效果(B)延伸效果 (C)兩者皆是(D)兩者皆不是
- (D) 37. 網路行銷組合 4C 所形成的行銷活動系統，是以何者為中心？
(A)行銷者 (B)生產者 (C)中間商 (D)消費者
- (A) 38. 目前最常使用的無線廣告方式以下列何者為最多？
(A)文字簡訊廣告(SMS) (B)多媒體簡訊廣告(MMS) (C)3G 影音廣告 (D)二維條碼廣告
- (D) 39. 下列哪一種發掘潛在顧客的方式可以方便快捷取得潛在顧客名單，但難以事先辨別這些顧客對產品的興趣？
(A)電話與信函 (B)推薦介紹與人脈關係 (C)陌生拜訪 (D)購買名錄
- (D) 40. 下列哪一種發掘潛在顧客的方式，是以現有對產品有相當興趣的潛在顧客為目標，配合廣告、促銷等方面的配合，來產生大量的名單？
(A)推薦介紹與人脈關係 (B)購買名錄 (C)陌生拜訪 (D)信函與 E-mail
- (B) 41. 下列哪一種媒體具有良好的互動性且成本低廉的特色？
(A)廣播媒體 (B)網際網路 (C)電視媒體 (D)印刷媒體

- (C) 42. 何謂「顧客終生價值」？
(A)指能為企業增加利益得忠誠消費者 (B)指顧客堅持的價值觀
(C)終其一生所能帶給企業的總淨利 (D)終其一生的賺錢能力總合
- (D) 43. 下列何者不是 RFM 模式的組成因素？
(A)購買地點(B)購買時間(C)購買金額(D)購買頻率
- (C) 44. 一對一行銷規劃程序的第一個步驟是？
(A)與顧客互動(Interact)(B)提供符合個別顧客需求的產品或服務
(C)確認您的顧客(Identify)(D)區隔顧客
- (B) 45. 若某廣告主付出 40 萬元之成本，向某知名網站購買網路廣告，該網站之訪客率為 200 萬人次，請問該網站廣告提供的千人印象成本(CPM)為多少？(A)100 元 (B)200 元 (C)400 元 (D)800 元
- (C) 46. 若某廣告主付出 80 萬元之成本，向某知名網站購買網路廣告，該網站之訪客率為 200 萬人次，請問該網站廣告提供的千人印象成本(CPM)為多少？(A)100 元 (B)200 元 (C)400 元 (D)800 元
- (B) 47. 「通常是以電子郵件行銷為基礎，在電子郵件內容最後加上「與好朋友一起分享」、「轉寄給親朋好友」等字眼的按鈕，只要填上 e-mail 地址，按下按鈕便可將信件轉寄出去」是指？(A)許可式行銷(B)病毒式行銷
(C)聯盟網站行銷(D)部落格行銷
- (A) 48. 下列何者不是關鍵字行銷的特色？(A)免費(B)精準(C)效率(D)低預算門檻
- (D) 49. 下列何者不是關鍵字行銷的主要構成要素？(A)內容描述 (B)標題
(C)關鍵字 (D)Email
- (C) 50. 學者認為網頁介面之設計應注重一些事項，但不包括下列何者？
(A)網頁設計與頁面配置 (B)虛擬社群的使用介面
(C)符合大眾化程度 (D)網頁連結速度與容易度
- (D) 51. 「在網頁上面積不大，形狀有點像按鈕的廣告」是指？
(A)橫幅廣告 (B)捲軸廣告 (C)跳出式廣告 (D)按鈕廣告
- (C) 52. 讓消費者自行決定願不願意收到 email 廣告的網路行銷方式，是屬於？
(A)一對一行銷 (B)故事行銷 (C)許可行銷 (D)Blog 行動
- (B) 53. 網路行銷中，所謂「廣告版位由數支不同的廣告輪替撥放」，是指？
(A)固定版位式廣告 (B)動態輪替式廣告 (C)贊助式廣告 (D)平面媒體
- (D) 54. 會隨著捲頁軸而不斷上下移動的廣告，稱為？(A)按扭廣告 (B)橫幅廣告
(C)跳出式廣告 (D)捲軸廣告
- (B) 55. 當使用者點選連結之後，會彈出另一個廣告視窗，用以播放廣告訊息，是屬於那一類 網路廣告？
(A)橫幅廣告 (B)插播廣告 (C)按鈕廣告 (D)分類廣告
- (A) 56. 推廣組合是指？
(A)人員銷售、廣告、促銷、公共報導 (B)產品、價格、通路、促銷
(C) 產品、廣告、人員銷售、通路 (D)廣告、促銷、通路、公共報導
- (D) 57. 下列何種推廣工具最具有彈性？
(A)電視廣告 (B)公共報導 (C)平面媒體廣告 (D)人員銷售
- (C) 58. 消費品的推廣工具大多使用？(A)銷售推廣 (B)人員銷售 (C)廣告 (D)宣傳報導
- (B) 59. 工業品的推廣工具大多使用？(A)銷售推廣 (B)人員銷售 (C)廣告 (D)宣

傳報導

- (A) 60. 一般來說，佔整個電子商務市場中交易金額最高的是哪一種類？
(A) B2B (B) B2C (C) C2C (D) C2B
- (D) 61. 在契約商務交易模式的典型中，由賣方事先設定好的產品和服務之價格的是屬於？(A) 需求整合式價格 (B) 逆拍賣式價格 (C) 拍賣式價格 (D) 目錄式價格
- (C) 62. 就下列所列 B to B 電子商務的四個發展階段：a. 基礎電子商務階段 b. 電子交易市集階段 c. 電子資料交換網路階段 d. 協同商務階段，依照早期到現今的順序進行排列？(A) abcd (B) acbd (C) cabd (D) cbad
- (B) 63. 下列電子商務促成者的公司與類型之配對說明何者正確？
(A) 客戶關係管理-Cisco (B) 媒體串流方案-Real Networks、Microsoft
(C) 付費系統-Foundation (D) 資料庫-Exodus、PChome .
- (C) 64. 下列何者非企業對企業(B2B)進行電子商務之利益？
(A) 企業導入 B2B 電子商務，可有效低採購流程成本
(B) 可經由此方式，接觸新客戶且獲取新的利益
(C) 企業導入 B2B 電子商務後，需準備較多的存貨以滿足顧客需求
(D) 透過 B2B 電子商務，可使採購流程自動化並提供企業相關採購指引
- (B) 65. 試問在網路購物環境中，若消費者會因購買或擁有某商品的人數增加，而減少擁有或購買該商品的意願，此種情形稱為？
(A) 正向網路外部性 (B) 負向網路外部性 (C) 直接網路外部性 (D) 間接網路外部性
- (C) 66. 美國亞馬遜網路書店(Amazon.com)之操作策略，曾被譽為「有史以來聰明的經商策略」，請問該書店是屬於何種電子商務經營型態？
(A) 企業對企業(B2B)電子商務 (B) 消費者對消費者(C2C)電子商務
(C) 企業對消費者(B2C)電子商務 (D) 消費者對企業(C2B)電子商務
- (B) 67. 在商務交易的模式中，若由賣方彼此競價，出價最低者就贏得與買方的商務交易，這是屬於？(A) 拍賣式價格 (B) 逆拍賣式價格
(C) 討價還價的定價方式 (D) 需求整合式的定價
- (A) 68. 電子商務為以下何種過程？(A) 透過網際網路進行購買、銷售或交換產品 (B) 組織一個電子化市場進行交易 (C) 運用電子化方式進行交易(D) 銷售自動化
- (B) 69. 下列哪一項是屬於 B2B 行動商務的應用領域？
(A)行動銀行 (B) 行動應用軟體租賃服務業 (C) 行動學習 (D) 無線網路廣告
- (B) 70. 在何種獲利模式下，網站以提供內容或服務給使用者，並以此收取費用？(A) 廣告收益模式 (B) 訂閱收益模式 (C) 手續費收益模式 (D) 合作收益模式
- (A) 71. 下列敘述「應用資訊科技，使整個商業流程從製造商到零售據點的過程電子化。」，指的是？(A) 商業自動化 (B) 電子商務 (C) 電子資料交換 (D) 行動商務
- (B) 72. 有關電子現金系統之特性何者為誤？
(A) 不易被複製或篡改 (B) 不可轉換性 (C) 具匿名性 (D) 不可回溯性
- (A) 73. 下列那一群是電子付款系統的整體架構中之主要組成份子？
(A) 買方顧客、賣方商店、收單銀行、簽證管理機構

- (B) 軟體零售商、公正第三者、收單銀行、信用機構
 - (C) 系統銷售者、收單銀行、信用機構、簽證管理機構
 - (D) 網際網路服務提供者(ISP)、賣方商店、公正第三者信用機構
- (A) 74. 由 Visa 與 Master 兩信用卡組織所提出的一種應用在網際網路上，以信用卡為基礎的電子付款系統規範的是什麼？
- (A) SET (B) EFT (C) EDI (D) VAN
- (D) 75. 在消費者的使用上，電子錢包之所以較信用卡不受歡迎的主要原因是？
- (A) 安全性較高 (B) 電子錢包可以先享受後付款
 - (C) 持有電子錢包之成本較高 (D) 信用卡可以先享受後付款
- (B) 76. 關於數位支票付款系統，以下何者不對？(A) 當消費者於拍賣交易成交時，不須提供帳戶細節 (B) 對廠商而言，成本比信用卡高 (C) 比傳統實體紙張式的支票快速 (D) 消費者不須要持續更新線上財務資料
- (C) 77. 能經由不同的存提款設備將電子現金儲存在不同設備中（如：智慧卡、電子錢包等）此為電子現金之何種特性？(A) 貨幣價值 (B) 相通性 (C) 可轉換性 (D) 安全防偽性
- (D) 78. 電子付款系統中所應具備的軟/硬體設備中，不含下列那一項？(A) 付款轉接站 (B) 認證中心 (C) 電子錢包 (D) 檔案傳輸協定
- (D) 79. 在 SET 機制中除了持卡者、商家、認證授權者外，還有那個重要個體？(A) 發卡者 (B) 取得者 (C) 信用卡品牌 (D) 付款閘道
- (A) 80. P2P 付款系統是以下哪一種付費系統的變化？(A) 儲值付款系統 (B) 數位支票系統 (C) 累計儲值系統 (D) 數位信用卡系統
- (A) 81. 告知性廣告一般應用於「產品生命週期」的哪一個階段？(A) 導入期 (B) 成長期 (C) 成熟期 (D) 衰退期
- (C) 82. 無聲的推銷員，是指下列何者？(A) 廣告 (B) 商標 (C) 包裝 (D) 品牌
- (D) 83. 業者積極的參與各種社會活動，如認養公園、反毒及協助尋找失蹤兒童，這些活動是屬於下列哪一種推銷活動？(A) 促銷 (B) 人員推銷 (C) 媒體運用 (D) 公共關係
- (B) 84. 「免費樣品」是屬於行銷 4P 中的？(A) 定價 (B) 推廣 (C) 通路 (D) 產品品質
- (B) 85. 讓銷售人員更加了解企業的創業宗旨及營業範圍，這是為了讓銷售人員？(A) 了解資訊 (B) 認同公司 (C) 增加話題 (D) 有效推銷
- (D) 86. 為公司處理不利的流言及扭轉負面報導，是下列何者的目的？(A) 促銷 (B) 人員推銷 (C) 媒體運用 (D) 公共關係
- (C) 87. 對大多數銷售人員而言，下列何者較為重要？(A) 讓沒有買過者來買 (B) 消費者第一次購買 (C) 讓滿意的顧客重複購買 (D) 讓競爭者的顧客過來購買
- (C) 88. 下列哪一種廣告的目的，是改造或建立消費者新觀念？(A) 告知性廣告 (B) 提醒性廣告 (C) 說服性廣告 (D) 比較性廣告
- (C) 89. 「張君雅小妹妹」的廣告是屬於下列何種廣告？(A) 告知性廣告 (B) 提醒性廣告 (C) 說服性廣告 (D) 比較性廣告
- (A) 90. 主要將公司的最新產品訊息傳給目標消費者，是屬於下列何種廣告？(A) 告知性廣告 (B) 提醒性廣告 (C) 說服性廣告 (D) 比較性廣告
- (B) 91. 下列哪一類廣告的主要目的，就是幫助消費者了解，其實消費者購買產品時是可以有更多種的選擇？(A) 告知性廣告 (B) 提醒性廣告 (C) 說服性廣告

(D)比較性廣告

- (C) 92. 比較性質的廣告型態，較常見於下列哪一類廣告？(A)告知性廣告 (B)提醒性廣告 (C)說服性廣告 (D)促銷性廣告
- (B) 93. 由使用過此產品的消費者，說服其他未曾使用過此產品的潛在消費者，刺激其購買慾望，是屬於下列哪一種的廣告執行方式？(A)生活化廣告 (B)證言式廣告 (C)故事情節廣告 (D)告知式廣告
- (A) 94. 「郵局」的招牌、裝潢、員工制服等都有一致性的樣式，建立顧客心中鮮明的企業形象，是為？(A)企業識別 (B)公共關係 (C)企業文化 (D)組織結構
- (B) 95. 業者用來刺激中介機構及消費者對產品有較強烈反應的推廣手法，是指？(A)人員推銷 (B)促銷 (C)廣告 (D)通路
- (D) 96. 企業不必支付費用就可以透過大眾媒體報導公司的產品、政策及活動，是指？(A)摸彩 (B)促銷 (C)廣告 (D)公共報導
- (C) 97. 常因時間限制，消費者必須在短期內決定買或不買，不然無法取得額外利益，是指？(A)型錄說明 (B)公共報導 (C)促銷 (D)廣告
- (D) 98. 對於下列何者，業者需使用增強吸引力的廣告方式，激發他們的購買慾望？(A)經常使用者 (B)曾經使用者 (C)忠誠顧客 (D)潛在消費者
- (C) 99. 若想要在短期內造成轟動，最好是運用下列哪一種媒體？(A)廣播 (B)雜誌 (C)電視 (D)報紙
- (B) 100. 「一種透過人員溝通，說服他人購買產品的過程」，是指？(A)促銷 (B)人員銷售 (C)廣告 (D)公共報導