

中華民國外銷企業協進會 2015 年夏季班  
國際行銷初級人才認證檢定  
學 科 試 題

准考證號碼：\_\_\_\_\_ 姓名：\_\_\_\_\_ 考試日期：2015/6/6

請將答案填寫本試卷上並繳回 共 2 面



一、選擇題：共 40 題（每題 2 分，共 80 分）

- ( A ) 1. 從軟片相機而發明演進至數位相機，這屬於何種產品創新方式？  
(A) 激烈連續創新 (B) 重大創新 (C) 非連續創新 (D) 連續創新
- ( A ) 2. 韓國推動電視產業，香港推動觀光與電影產業，此為政治氣候哪一個目的？  
(A) 名望 (B) 經濟 (C) 國家安全 (D) 意識形態
- ( D ) 3. 企業本身並無充分資源和能力，進入國外市場時，採取以下何種方式為最佳之進入策略？  
(A) 特殊進入模式 (B) 直接設廠 (C) 加盟 (D) 授權
- ( C ) 4. 下列何種機構，最有可能收集全世界各國人口、成長趨勢和 GNP 之統計資料？  
(A) 聯合國 (B) 世貿組織 (C) 世界銀行 (D) 國際貨幣
- ( D ) 5. 中美洲共同市場 (CACOM) 和安地諾集團 (ANDEAN GROUP) 屬於？  
(A) 經濟聯盟 (B) 政治同盟 (C) 全球關稅同盟 (D) 自由貿易協定
- ( D ) 6. 問卷問題為「您一天通話時間之外，平均 1 天有多少次利用手機照相功能進行照相」，係為了解？  
(A) 事實 (B) 意見 (C) 知識 (D) 行為
- ( B ) 7. 法拉利、保持捷專攻跑車市場，亦各有某些獨特外型、功能和速度等之差異，其採行何種策略？  
(A) 成本焦點策略 (B) 差異化焦點策略  
(C) 差異化策略 (D) 成本領導策略
- ( B ) 8. 企業以該產業之同業訂價水準，做為基準訂價，稱之為？  
(A) 滲透訂價 (B) 現行水準訂價 (C) 組合產品訂價 (D) 吸脂訂價
- ( B ) 9. 規劃和執行跨越國界交易的交換行為，以使得買賣雙方都能夠滿意的行銷觀念稱之為？  
(A) 國內行銷 (B) 國際行銷 (C) 目標行銷 (D) 關係行銷
- ( C ) 10. 在高稅率國家之海外子公司，為極小化其利潤，企業內轉移訂價可以何種作法進行價格議定？  
(A) 市場基礎轉移訂價 (B) 成本基礎轉移訂價  
(C) 公平轉移訂價 (D) 外匯基礎轉移訂價
- ( D ) 11. 下列何者不是影響國際通路決策因素中，外部因素的三大因素之一？  
(A) 顧客 (B) 文化 (C) 競爭 (D) 匯率
- ( D ) 12. 下列何者不是企業避免價格攀升手段？  
(A) 重整配銷通路 (B) 產品調整 (C) 海外組裝 (D) 要求政府補貼

- ( C ) 13. 下列何項不是國際控制基本原則？  
(A) 建立標準 (B) 績效評估 (C) 獎懲 (D) 分析差異
- ( D ) 14. 何者是經營電子商務的最重要議題？  
(A) 價值 (B) 成本 (C) 服務 (D) 獲利可能性
- ( D ) 15. 企業額外提供之產品，一般以無形之服務居多，係屬於？  
(A) 核心產品 (B) 有形產品 (C) 無形產品 (D) 延伸產品
- ( B ) 16. 在服務業，若是基於保護導向，採取何種方式為唯一選擇？  
(A) 加盟 (B) 授權 (C) 聯盟 (D) 合資
- ( A ) 17. 當企業規模較小，資金不足，如台灣中小企業進入國際市場時，應採取何種溝通策略較為適合？  
(A) 推之策略 (B) 拉之策略 (C) 向前策略 (D) 向後策略
- ( C ) 18. 有些係互補性產品，其可由一產品之數據，推估出另一產品可能產量數據，此為何種跨國行銷分析方法？  
(A) 需求分析 (B) 類比預測 (C) 推論預測 (D) 銷售預測
- ( C ) 19. 生產因素可來自全球各地，這是何種狀況？  
(A) 市場全球化 (B) 交易全球化 (C) 生產全球化 (D) 資源善用化
- ( B ) 20. 下列何者應該屬於一階通路？  
(A) 菜農販售自己栽種青菜 (B) 菜農賣給農會，農會再直接販售  
(C) 草莓種植人自己在網路銷售 (D) 手工藝製作人自己銷售其製作產品
- ( B ) 21. 針對收入較低之民眾，哪一種促銷作法特別適用？  
(A) 商展 (B) 優惠組合 (C) 贊助 (D) 樣品
- ( C ) 22. 企業建立網路平台，設計消費者可聯合有意買家，集體向企業議價之商業行為是何種型態？  
(A) B2B (B) B2C (C) C2B (D) C2C
- ( C ) 23. 企業之廣告策略擬定，某些狀況可採取個別化，某些地區亦可用標準化，因地制宜之作法，稱之為？  
(A) 客製化導向 (B) 調整導向 (C) 折衷導向 (D) 統一導向
- ( D ) 24. 由該國之代表性產品、政治、經濟和歷史等因素所造成，而形成消費者對該國之認知，此稱為？  
(A) 刻板印象 (B) 暈輪效果 (C) 總合結構 (D) 國家形象
- ( C ) 25. 合作雙方因為不熟雙方原有營運作業所引起之差異，稱之為？  
(A) 文化距離 (B) 技術距離 (C) 社會距離 (D) 地理距離
- ( C ) 26. 下列何項可能不是行銷企劃書之三目標？  
(A) 銷售數量 (B) 市場佔有率 (C) 人員異動率 (D) 獲利金額
- ( A ) 27. 企業遭遇影響聲譽、銷售及獲利的重大事件時，勇於承擔必須承擔之責任，而不推諉卸責之原則，稱之為？  
(A) 負責任 (B) 立即性 (C) 充分性 (D) 透明性
- ( A ) 28. 可口可樂的廣告，設定特定主題，在全球不同市場通用，此可得到產品全球標準化決策之何種利益？  
(A) 規模經濟 (B) 快速市場加入  
(C) 降低原物料購進成本 (D) 塑造全球品牌形象



- ( B ) 29. 下列何種廣告預算擬定方式，不適合用於新市場之開發階段？  
 (A) 目標任務法 (B) 銷售比率法 (C) 競爭法 (D) 仲裁法？
- ( B ) 30. 進口國政府要求大宗貿易或商品出口國政府或企業，提供相對購買或投資金額予進口國之相對貿易作法為？  
 (A) 互購 (B) 抵償 (C) 買回 (D) 增加當地消費者接受度
- ( D ) 31. 下列何者不是平行輸入發生之原因？  
 (A) 價差過大 (B) 供應商有限 (C) 低廉運送成本 (D) 低廉倉儲成本
- ( C ) 32. 電視廣告中，每逢初一、十五出現提醒消費者吃素時間的大陸黑瓜醬菜系列廣告，該企業製作此廣告之主要溝通目的為？  
 (A) 告知 (B) 說服 (C) 提醒 (D) 暗示
- ( C ) 33. The corporate case studies, information, or statistic figures shown in various newspapers, magazines, journals, or even data bases, these kind of data is called ?  
 (A) academic research (B) primary data  
 (C) secondary data (D) formal research
- ( C ) 34. 'Apple' being an well-known international brand name, such brand is categorized as which of the following product concepts ?  
 (A) core product (B) augmented product  
 (C) tangible product (D) intangible product
- ( D ) 35. Which of the following statements is not the disadvantage of international strategy that enterprise faced ?  
 (A) unable to acquire the benefit return from experience curve effect  
 (B) hard to pursue the appeals held by different markets  
 (C) lack of local responsiveness  
 (D) unable to transfer the core competences
- ( C ) 36. About the cultural control, which of the following items corporate would train the most for new employees during the probation ?  
 (A) transferring training (B) local culture  
 (C) organization culture (D) local custom.
- ( C ) 37. Which of the following branding strategies is corporate launches an exclusive brand to a specific market in the international market ?  
 (A) single brand (B) private brand (C) local brand (D) global brand.
- ( D ) 38. What is the purpose for corporate communicate to consumer with the possibility of need in the future, where to buy, and maintaining the purpose of consumer recognizability ?  
 (A) suggestion (B) inform (C) persuade (D) remind
- ( C ) 39. Corporate takes one successful business module to reproduce into others globally, calls ?  
 (A) scale economics (B) marginal utility  
 (C) experience transfer (D) resources utilize
- ( C ) 40. What is parallel importation also called for ?  
 (A) counterfeiting market (B) substitution market  
 (C) grey market (D) homogeneous market.



## 二、簡答題：共5題（每題4分，共20分）

1. 請簡述國際行銷對經濟成長之重要性？

答：

2. 何謂品牌權益（brand equity）？品牌權益的產生有那四個因素？

答：

品牌權益（brand equity）係指品牌在市場強度，對企業所帶來的行銷和財務價值，也可以解釋成就是品牌在未來能為企業所帶來的貨幣價值。品牌權益的產生

- (1) 品牌知名度（brand awareness）係指消費者對於某一品牌之認識和記憶，消費者會以其所熟悉品牌作為購買決策時之考慮組合。
- (2) 品牌忠誠度（brand loyalty）係指消費者一再購買相同產品的程度，若是持續購買代表忠誠度高，反之，不常購買或同時購買多家廠商產品，即為忠誠度低。
- (3) 知覺品牌品質（perceived brand quality）係指消費者對於品牌之品質知覺判斷。
- (4) 品牌聯想（brand association）係指消費者看到或聽到品牌名稱、標誌，所想到之任何外觀、利益、包裝或配銷通路等之任何聯想，會影響對於此品牌之購買意願，也是消費者進行品牌價值判斷之最重要關聯因素。

3. 策略大師波特（Michael E. Porter）曾就影響產業結構及其演變過程提出之五種競爭力量模式（台灣通稱五力分析）為何？

答：

- (1) 新加入者的威脅
- (2) 供應商議價力量
- (3) 與現有競爭對手競爭
- (4) 客戶議價能力
- (5) 替代產品威脅

4. 請解釋影響國際廣告決策的因素有那些？

答：

- (1) 語言文化障礙
- (2) 政府法令
- (3) 媒體自制組織
- (4) 媒體可提供性

5. Please explain what is “sales promotion” and the two methods of international sales promotion? (可用中文作答)

答：

促銷（sales promotion）是針對特定目標對象，提供資訊、舉辦活動或給予優惠，以吸引其至活動地點，產生試用購買，亦或改變認知之溝通活動。

- (1) 商展（trade fairs）係由商業組織舉辦之大型展示會，邀請產業相關企業參與，展示商品或服務，以求召集可能目標顧客、進行潛在顧客名單蒐集或是促成交易。
- (2) 贊助（sponsorship）係指企業付出費用參與某項事件、團隊、運動賽事或運動設施，而企業可將其企業名稱或品牌掛名其上，獲得宣傳效益。