

中華電信股份有限公司所屬機構 103 年從業人員(基層專員)遴選試題

遴選類別【代碼】：業務類專業職(四)第一類專員【F3106】

專業科目：(1)企業管理 (2)行銷學

◎請填寫入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卡(卷)、入場通知書編號、桌角號碼、應試類別是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。
②本試卷為一張雙面，測驗題型分為【四選一單選選擇題 60 題，每題 1 分，合計 60 分】與【非選擇題 4 題，每題 10 分，合計 40 分】。
③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。
④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，並請從答案卷內第一頁開始書寫，違反者該科酌予扣分，不必抄題但須標示題號。
⑤請勿於答案卡(卷)書寫應考人姓名、入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。
⑥應考人僅得使用簡易型電子計算器(不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能)，但不得發出聲響；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算器放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該科扣 10 分；該電子計算器並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
⑦答案卡(卷)務必繳回，未繳回者該科以零分計算。

壹、四選一單選選擇題 60 題 (每題 1 分)

- 【4】1.下列何者係指當規模擴大時，企業也同時面臨內部管理複雜性增加及協調困難程度增加，成本因而升高？
①範疇經濟 ②規模經濟 ③範疇不經濟 ④規模不經濟
- 【2】2.下列何者為獨資的優點？
①無限清償責任 ②利潤獨享 ③有限清償責任 ④有限的財務資源
- 【4】3.管理者須具備概念性、技術和人際關係三種基本能力，但技術能力對下列何種管理者特別重要？
①基層作業人員 ②中階管理者 ③高階管理者 ④低階管理者
- 【2】4.下列何圖是以「時間」為橫軸「活動」為縱軸的長條圖，其中水平的長條圖代表一個作業，每一個作業的開始與結束時間標示在水平的時間軸上？
①任務圖 ②甘特圖 ③策略地圖 ④組織圖
- 【3】5.下列何者非屬企業所有權的型態？
①獨資 ②合夥組織 ③自由工作者 ④有限公司
- 【4】6.良好的公司治理必須符合公平性、責任性、課責性、透明性四個原則，其中強調公司財務以及其他相關資訊必須適當地揭露，此為何項原則？
①公平性原則 ②責任性原則 ③課責性原則 ④透明性原則
- 【1】7.由於市場快速變化，使得企業內部管理日益複雜；因而公司需要透過何方式來整合企業各部門作業流程所需的資訊或資源，並作最佳化配置以符合企業的經營和運籌，滿足顧客需求及提升產品或服務水準？
①企業資源規劃 ②產品組合規劃 ③ SWOT 分析 ④企業組合分析
- 【4】8.產業結構分析常採用 Michael Porter 的五力分析架構，請問下列何者非屬五力分析的構面？
①供應商的議價力 ②潛在競爭者的威脅 ③現有同業的競爭壓力 ④組織結構分析
- 【4】9.若產業中的替代品之替代程度高，則：
①競爭程度越小 ②替代品的威脅越小 ③購買者的議價力越小 ④替代品的威脅越大
- 【3】10.組織圖可揭露一家公司組織結構的重要訊息，但無法看出：
①管理層級 ②部門別 ③目標明確度 ④指揮鏈
- 【2】11.管理者為了能將任務迅速完成，讓部屬執行任務時不須凡事請示，而將自己的職權透過指揮鏈指定某位部屬承擔，此為：
①控制幅度 ②授權 ③集權 ④分權
- 【4】12.下列何項職權是在專長領域中給予其他單位或個人的建議及諮詢的權力？
①個人職權 ②直線職權 ③員工職權 ④幕僚職權
- 【4】13. Peter Senge 提出五項修練的學習型組織，認為學習型組織需具備此五項修練才能使成員的創造潛力得以發揮，更能提高組織的整體能力。下列何者非屬該五項修練之一？
①自我超越 ②改善心智模式 ③建立共同願景 ④社會規範
- 【1】14.在組織生命週期中，下列何項階段為正式化程度較低，沒有明確的分工，主要的決策是由創辦人決定的階段？
①創業階段 ②合作協力階段 ③正式化及控制階段 ④結構精緻化階段
- 【2】15.下列何種工作設計是用垂直式增加工作任務的方式，以增加員工工作內容的多樣性和獨立性來增加員工更多的自主性與責任感？
①工作輪調 ②工作豐富化 ③工作分攤計畫 ④工作擴大化
- 【4】16.下列何種領導理論認為有效的領導風格取決於領導者與情境的互動，也就是說領導風格與領導績效受到情境的影響？
①放任領導風格 ②民主領導風格 ③領導特質理論 ④權變領導理論

- 【4】17.當評估者考核員工時，會受到受評者所屬的社會團體或群體的影響，而以評估者對此群體的知覺為基礎來判斷受評者。此種評估偏誤稱為：
①月暈效應 ②中間傾向 ③順序偏誤 ④刻板印象
- 【1】18.根據赫茲伯格(Herzberg)雙因子理論，使員工感到滿意與工作本身或工作內容的因素有關，包括成就、肯定、工作本身、責任、陞遷等，這些因素稱為：
①激勵因子 ②保健因子 ③安全因子 ④期望因子
- 【3】19.一般而言，團隊的發展會經歷五個不同階段，此五個階段為：
①形成期、動盪期、執行期、縮減期、解散期
②形成期、縮減期、規範期、擴大期、解散期
③形成期、動盪期、規範期、執行期、解散期
④形成期、擴大期、執行期、縮減期、解散期
- 【2】20.控制程序的四個步驟，依序為：
①衡量實際績效⇒將實際績效與目標及標準比較⇒建立目標及標準⇒採取必要行動
②建立目標及標準⇒衡量實際績效⇒將實際績效與目標及標準比較⇒採取必要行動
③建立目標及標準⇒採取必要行動⇒衡量實際績效⇒將實際績效與目標及標準比較
④衡量實際績效⇒建立目標及標準⇒將實際績效與目標及標準比較⇒採取必要行動
- 【1】21.下列何者為市場區隔的心理變數？
①人格 ②性別 ③忠誠度 ④區域
- 【3】22.下列何者非屬報酬的決定性因素？
①專業知識 ②技能 ③個性 ④責任
- 【4】23.何種訂價方式一開始會訂定一個相對較低的價格，以便快速地攫取大多數的市場，獲得廣大占有率？
①聲望訂價 ②損益平衡訂價 ③刮脂訂價(skimming pricing) ④滲透訂價(penetration pricing)
- 【2】24.下列何者非屬服務的主要特性？
①無形性 ②實體性 ③不可分離性 ④易變性
- 【3】25.企業進行競爭所採取的事業策略，其中強調透過塑造產品或服務的獨特性，產生與競爭者的有利差異，此種策略稱為：
①成本領導策略 ②集中策略 ③差異化策略 ④區隔策略
- 【1】26.在某一地理區域中，只允許一家經銷商來配銷產品的配銷方式為：
①獨家性配銷 ②密集性配銷 ③選擇性配銷 ④水平性配銷
- 【3】27.當資金所創造的利潤高於其成本時，就可透過舉債來增加企業的業主權益報酬率。因此，適度的舉債是企業經營所不可或缺的一環。此乃為：
①營運槓桿 ②資產槓桿 ③財務槓桿 ④權益槓桿
- 【4】28.說明企業在某一特定日期的財務狀況的報表為：
①損益表 ②現金流量表 ③權益變動表 ④資產負債表
- 【2】29.管理者的效率及效果可透過 PDCA 循環獲得改善。PDCA 循環是指：
①執行→檢討→規劃→行動 ②規劃→執行→檢討→行動
③規劃→組織→領導→控制 ④規劃→組織→執行→檢討
- 【2】30.在管理思想中，運用數學符號與方程式來處理各種管理問題；從建立模式為主，來求取最佳解答。此為下列何種管理理論？
①管理過程理論 ②管理科學理論 ③行政管理理論 ④組織環境理論
- 【4】31.某金融機構提供服務給非營利的慈善團體、教會、大學，這些顧客是屬於：
①中間商市場 ②政府市場 ③消費者市場 ④機構市場
- 【4】32.下列何者最適合當組織市場的區隔變數？
①公司員工的意見 ②總經理的態度 ③公司採購主管的生活型態 ④公司所屬產業別
- 【2】33.要刺激產品或服務的重複購買，以及讓顧客知道不久的將來會用到該產品與服務，最好是利用：
①強化式廣告 ②提醒式廣告 ③告知式廣告 ④說服式廣告
- 【1】34.下列何者為無店面零售？
①自動販賣機 ②便利商店 ③照相器材行 ④型錄展示店
- 【3】35.廣告的五個重要決策為：
①任務、動機、訊息、媒體、人 ②任務、動機、媒體、人、衡量 ③任務、金錢、訊息、媒體、衡量 ④任務、金錢、人、媒體、衡量
- 【3】36.廠商將商品在電影或電視情節中出現，這種作法稱為：
①搭售廣告 ②戶外廣告 ③產品置入 ④共同廣告
- 【3】37.銀行信用卡刷卡的累積點數是屬於：
①樣品派送 ②來店禮 ③常客方案 ④聯合促銷

【請接續背面】

【4】38.下列何者並非設計促銷活動方案的重要考量？

- ①促銷活動的參與者條件
- ②促銷活動的時機與期間
- ③促銷活動的誘因與規模
- ④促銷活動的心得與報告

【1】39.製造商運用銷售團隊、推廣方式來引導中間商的支持與協助推廣產品給最終使用者，這種策略稱為：

- ①推式策略
- ②拖式策略
- ③拉式策略
- ④拔式策略

【3】40.下列何者並非服務差異化的工具？

- ①訂購的容易度
- ②運送與安裝
- ③產品耐用性
- ④顧客諮詢與訓練

【3】41.產品處於成長階段，銷售量快速上升，購買者通常是下列何者？

- ①落後者
- ②批准者
- ③早期採用者
- ④晚期採用者

【3】42.某金融機構銷售人員的薪酬包括底薪、獎金與紅利，這種制度為：

- ①底薪制
- ②佣金制
- ③混合制
- ④責任制

【2】43.某金融機構欲建立合理的銷售團隊規模，根據顧客分類，決定須拜訪與互動的頻率，來決定所需的銷售人員數，此方法為下列何者？

- ①目標任務法
- ②工作負荷法
- ③銷售百分比法
- ④競爭對等法

【3】44.創新的採用程序為：

- ①確認需求→收集資訊→評估可行方案→決策→購買後行為
- ②確認研究問題→設計研究方案→收集資料→分析與匯總報告→決策
- ③知曉→興趣→評估→試用→行動
- ④開發審核→行前規劃→簡報與展示→克服異議→完成交易→後續工作與維繫

【3】45.當公司將產品運往國外的子公司時，必需訂定價格，稱之為：

- ①參考價格
- ②促銷定價
- ③移轉定價
- ④差別定價

【1】46.消費者對來自不同國家的品牌、產品有獨特的態度與信念，這是：

- ①原產國知覺
- ②選擇性知覺
- ③認知失調
- ④不確定的知覺

【3】47.企業在永續發展中提升消費者利益，致力友善環境與長期堅持，這是進行：

- ①漂白
- ②染黑
- ③漂綠
- ④染色

【3】48.產品的最終用途、生產條件、配銷通路等的相關程度，稱為：

- ①產品組合的深度
- ②產品組合的長度
- ③產品組合的一致性
- ④產品組合的寬度

【1】49.廠商經常推陳出新，以吸引消費者汰舊換新，此稱為：

- ①產品線現代化
- ②產品線特色化
- ③產品線刪減
- ④產品線一致化

【4】50.某牌的登山外套在廣告促銷時，宣稱採用 GORE-TEX 的防水纖維，這種作法稱為：

- ①旗艦品牌
- ②私人品牌
- ③經銷商品牌
- ④成分品牌

【3】51.金融與法律服務是屬於：

- ①高搜尋品質服務
- ②高經驗品質服務
- ③高信任品質服務
- ④高抵制品質服務

【4】52.高速鐵路公司促銷離峰時段的車票，這是因為服務業的：

- ①無形性
- ②變動性
- ③不可分割性
- ④易逝性

【3】53.在提升服務業的效率上，廠商常要顧客共同生產，最好是利用：

- ①多雇用服務人員
- ②提升服務的品質
- ③利用自助服務科技
- ④多進行服務補救

【1】54.設法讓組織的全體員工在服務客戶時都具有人人行銷的觀念與行動，這是：

- ①內部行銷
- ②外部行銷
- ③互動行銷
- ④整合行銷

【2】55.廠商根據不同顧客訂定不同價格，這是：

- ①心理定價
- ②差別定價
- ③特殊事件定價
- ④犧牲打定價

【2】56.某手機廠商設計出最高等級產品，認為消費者喜歡功能特殊、效能高的手機，此為：

- ①生產觀念
- ②產品觀念
- ③銷售觀念
- ④行銷觀念

【3】57.全面行銷(holistic marketing)不包含下列哪一部份？

- ①內部行銷
- ②關係行銷
- ③渦輪行銷
- ④績效行銷

【3】58.廠商聘用意見領袖或代言人，最好來自：

- ①初級群體
- ②次級群體
- ③仰慕群體
- ④疏離群體

【2】59.謹慎招募 6-10 人，聚集以討論各種主題，此種作法稱為：

- ①街道攔阻法
- ②焦點團體法
- ③實地調查法
- ④固定樣本法

【3】60.針對相同目標市場尋求相同策略的公司所成的集合為：

- ①策略聯盟
- ②策略網絡
- ③策略群組
- ④策略伙伴

貳、非選擇題四大題（每大題 10 分）

題目一：

請說明企業何以必須善盡社會責任？【10 分】

題目二：

SWOT 分析是一種策略分析的工具，請回答下列問題：

（一）策略分析的目的為何？【5 分】

（二）SWOT 分析的內容為何？【5 分】

題目三：

行銷通路的佈建是現代廠商爭取市場的必要決策。請說明廠商在評估通路方案時可用的評估準則。【10 分】

題目四：

金融產業業者常將市場分成消費金融客戶與企業金融客戶。這是所謂消費者市場與組織市場的區別。請說明組織市場（business market）的特性。【10 分】