

## 第一節：會展概論

\*入場通知書編號：\_\_\_\_\_

注意：①作答前須檢查答案卡、入場通知書編號、桌角號碼是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。  
 ②本試卷一張雙面，皆為四選一單選選擇題。共 50 題，每題 2 分，限用 2B 鉛筆在「答案卡」上作答，請選出最適當答案，答錯每題倒扣 0.5 分；未作答者，不予計分。  
 ③本項測驗禁止使用電子計算機；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算機放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該科目成績扣 10 分；計算機並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。  
 ④請勿於答案卡上書寫姓名、入場編號、或其它任何文字、標記、符號，亦不得私自將答案卡攜出試場，違者該科以零分計。  
 ⑤答案卡務必繳回，未繳回者該科成績以零分計算。

【3】1.世界著名的會展行業協會-德國展覽產業協會英文簡稱為：

- (1) UFI (2) IAEE (3) AUMA (4) ICCA

【2】2.下列何者不是會展產業的特性？

- (1)異質性 (2)消費性 (3)整合性 (4)無法儲存性

【4】3.1898 年德國萊比錫自行車和汽車展表現出專業性，此一現象反映出？ A.行業整體發展狀況 B.國家越來越強盛 C.參觀者越來越重視訊息與技術交流 D.具有足夠的市場價值

- (1) A,B,C (2) B,C,D (3) A,B,D (4) A,C,D

【3】4.展覽活動中的主要角色包括 A.主辦單位 B.參展廠商 C.參觀展覽者 D.旅行社

- (1) A (2) A,B (3) A,B,C (4) A,B,C,D

【1】5.世界著名的全球國際展覽業協會—The Global Association of the Exhibition Industry 簡稱為：

- (1) UFI (2) SITE (3) AUMA (4) ICCA

【1】6.將一個現有規模尚不足以構成一個獨立展覽的產業，以專有的展覽名稱結合其他展覽同時舉行，是一個：

- (1)發展策略的思考與決定 (2)財務運作的思考與決定  
 (3)人氣凝聚的思考與決定 (4)行政方便的思考與決定

【3】7.風險管理在會展行銷規劃中，包括： A.事前預防 B.損害管制 C.依據機率發生大小及分攤損失成本進行規劃 D.透過保險轉嫁風險 E.聽天由命

- (1) A,B (2) A,B,C (3) A,B,C,D (4) A,B,C,E

【4】8.展覽主辦單位向參展廠商制定收費定價的考量因素作法包括： A.以展覽競爭地位作為定價指導 B.運用產品差異化概念 C.以衍生性服務為基礎，依市場需求採取目標利潤定價法 D.依據參展廠商需求，組合為套裝服務，擴大收費來源

- (1) A,B (2) B,C (3) A,C,D (4) A,B,C,D

【3】9. 在考量一個展覽的主題產業，應傾向於「綜合」或「專業」時，後述何者不是評量的對象？

- (1)供需結構 (2)競爭態勢 (3)舉行時間 (4)發展策略

【1】10.以下哪一項小眾行銷工具最常為展覽行銷人使用？

- (1)電話拜訪 (2)說明會 (3)影音廣告 (4)產業專業媒體

【1】11.許多會議在議程中，除了有全體與會人員參加的集會外，還有許多同時舉行的分組性會議。會議主辦人如此編訂會議議程的目的應在：

- (1)為同中有異的與會者，提供時間最低的更多參與價值  
 (2)減少大型會議室的租用  
 (3)避免大型集會在服務上品質不易盡如人意的風險  
 (4)技巧地規避大型會議需要重量級講員的困難

【1】12.會議與展覽併同舉行的原因計有：

- (1)為對目標招募對象提供更大的參與效益 (2)為免展覽或會議得以獨立舉行  
 (3)為節約分別行銷的成本與工作負擔 (4)以上三項都正確

【1】13.當兩個沒有從屬關係的會議與展覽併同舉行時： A.展覽產業主題與會議主題的選定，仍應針對同一產業或生活型態 B.參觀費用及會議出席費用的設計，仍宜針對展覽潛在觀眾與會議潛在與眾的意願及能力，設計具有優惠性質的費率 C.行銷工具的使用，面對相同的目標對象時仍應作並重的展現 D.以展覽為主

- (1) A,B,C (2) B,C,D (3) A,B,D (4) A,C,D

【1】14.會議與展覽都定有專屬的名稱，因此有關品牌行銷的課題：

- (1)會展活動的名稱就是該會展的品牌，行銷人必須全力為其塑造有利的形象  
 (2)對於會展活動而言全不適用  
 (3)最好能為這個會展活動另外設計一個品牌名稱，以便於後續行銷活動的進行  
 (4)最好依附素享盛名的品牌，以求速效

【2】15.會展活動舉行時，各種不同背景之參與者選擇參與這個會展活動，最主要原因是：

- (1)這個會展活動的舉辦 (2)潛在目標對象在會展活動中相遇  
 (3)主辦單位的存在 (4)贊助廠商或團體的贊助

【1】16.下列展覽會招募參展廠商時所發佈的資訊中，何者對於促成目標對象作出參展決定的助力最小？

- (1)展覽會的預定舉行日期 (2)成功促成接觸有效需求的保證  
 (3)展覽舉行地點所代表的商機 (4)產業內指標性或多數廠商的參展決定

【1】17.在組織行為學門中認為：激勵是採取有效方法，以激發員工動機，進而提高其工作績效與下列何種滿足感的歷程？

- (1)工作 (2)權利運用 (3)金錢收入增加 (4)教育

【4】18.市場競爭激烈，各企業均不遺餘力的在尋求競爭優勢。下列何項生動的描繪出市場挑戰的嚴峻性？

- (1)產品差異化 (2)最佳成本 (3)微利時代 (4)不創新，便死亡

【3】19.對企業主而言，參與獎勵旅遊事務之前應有配套的計畫，以下何者正確？ A.確定目標與設定回饋標的與評比標準 B.要求全員參與，不准缺席 C.計畫訂定、執行、溝通、激勵與效果檢討 D.以營利為前提 E.設定預算並作財務規劃

- (1) A,B,C (2) B,C,D (3) A,C,E (4) C,D,E

【1】20.下列何者可以解釋為觀光業的易滅性？

- (1)機位與淡旺季需求 (2)飲食與餐具 (3)旅遊地與門票 (4)主管機關與職權

【1】21.獎勵旅遊行銷策略中，產品面要提供的是：

- (1)隨時隨地提供旅客「WOW」的驚奇 (2)價格低廉  
 (3)節省人力 (4)易於執行

【2】22.獎勵旅遊可以讓從業人員除了滿足其生理需求外，透過在操作過程中生成革命情感。這滿足了下列何項的效果？

- (1)Repeat 經驗共享 (2)Morale 提升員工士氣與凝聚力  
 (3)Revenue 提供較高總體利益 (4)Responsiveness 對內部作業總體檢

【4】23.台灣大甲媽祖遶境活動、台北燈會活動為下那種活動類型：

- (1)超大型活動 (2)政治活動 (3)重要活動 (4)區域活動

【3】24.活動顧客體驗管理為以下那一項活動執行工作：

- (1)活動環境管理 (2)活動內容管理 (3)活動氛圍管理 (4)活動危機管理

【3】25.舉辦活動時，發生下列哪一種風險狀況，並非不可抗力因素：

- (1)強烈颱風來襲 (2)地震  
 (3)參與人數超乎預期，造成交通擁塞 (4)發生流感

【請接續背面】

【3】26.對於兩岸服務貿易協議，下列敘述何者錯誤：

- (1)協議中並未開放大陸服務業從業勞工來台就業，對於台灣勞工具有充分保護性
- (2)是臺灣與中國大陸雙方依據 ECFA 第四條而展開的服務業經濟夥伴協議
- (3)協定中明確要求中國大陸在台成立公司之持股比例不得低於 50%，以展現投資決心
- (4)台灣會展產業之相關公會曾召開記者會公開支持服貿協議之會展項目

【1】27.減少宣傳紙張印刷與使用環保油墨印刷，屬以下哪一活動行銷的哲學：

- (1)綠色行銷
- (2)企業社會責任
- (3)資源整合
- (4)共享與分享

【2】28.為拓展台灣會展產業所建構之「台灣會展領航計畫」，係由國內哪一個公部門單位所推動？

- (1)教育部高教司
- (2)經濟部國際貿易局
- (3)勞委會職業訓練局
- (4)交通部觀光局

【1】29.為吸引東南亞國家來臺觀光，並落實政府「新南向政策」，臺灣於 2016 年 8 月 1 日宣布試辦該兩國國民訪臺停留 30 天免簽證措施，為期 1 年。請問是那兩個國家？

- (1)泰國及汶萊
- (2)日本及韓國
- (3)澳洲及紐西蘭
- (4)中國及印度

【3】30.全球會展展業依然呈現蓬勃發展，產業規模鉅大，效益深遠。全球會展活動更是大量向亞洲轉移，東協 10 國顯然也躍躍欲試，積極開拓會展商機。瞭解東協（ASEAN）相當重要，除了新加坡、泰國以外，還有八個國家。請問下列何者不是東協國家？

- (1)馬來西亞、菲律賓
- (2)汶萊、越南
- (3)印度、中國
- (4)緬甸、柬埔寨

【2】31.由展覽主辦單位及周邊行服務業所組成，世界展覽產業最具影響力的組織，成立於 1925 年的「全球展覽業協會」，其英文簡稱為？

- (1) IAEE
- (2) UFI
- (3) AUMA
- (4) ICCA

【3】32.當會議採取「差別定價」時，下列何者不是常見的區分依據？

- (1)報名者的身份
- (2)參與活動的程度
- (3)報名者的國籍
- (4)報名時間

【1】33.當行銷附屬於會議的展覽時，以下何者非正確的展覽行銷策略？

- (1)採用「先報名，先分配攤位」的作法吸引更多展商
- (2)展出內容要涵蓋會議之產業議題
- (3)展商招募可先針對會議議程內講師及與會者
- (4)適度運用大眾行銷工具發掘目標對象

【3】34.展覽舉辦可達活絡該主題產業之目的，下列何者非洽當之解釋？

- (1)展覽現場交易量大
- (2)眾多新產品發表
- (3)參展及參觀人員食衣住行育樂之支出
- (4)相關活動如比賽之舉辦

【3】35.國內知名展覽公司在某年 8 月 21 日至 24 日期間在台北世貿一館聯合主辦的「台北國際自動化科技、機器人產業展」、「台北國際科技機械暨裝備、五金設備展」、「台北國際模具暨模具製造設備展」及「台北汽車電子展」等系列展覽，可運用聯合宣傳之資源下列何者為非：

- (1)辦理聯合記者會
- (2)辦理聯合開幕典禮
- (3)整合買主宣傳資料庫
- (4)聯合購買媒體廣告

【3】36.下列何者不是整合行銷傳播操作中需特別注意要素？

- (1)完整的資料庫
- (2)了解對象之資訊接受管道
- (3)了解對象之消費行為
- (4)不偏好某些特定媒體

【4】37.展覽舉辦中若遇颱風需暫停展覽一天時採取之傳播作為，以下何者為不恰當

- (1)運用電視新聞跑馬資訊
- (2)人員聯絡廠商告知
- (3)官方網站發佈訊息
- (4)廣播車沿路廣播

【3】38.比較之下，下列何種報紙媒體較適合機械展刊登廣告？

- (1)蘋果日報
- (2)捷運報
- (3)經濟日報
- (4)爽報

【4】39.「世貿年貨大展」為一內銷性質消費展，下列何者非為吸引人潮參觀最為有效的宣傳方法：

- (1)舞台區之互動、造勢活動提供贈品
- (2)刊登電視、廣播廣告
- (3)記者招待會增加媒體曝光
- (4)國際航班機上雜誌刊登廣告

【3】40.參觀人潮是評估展覽成功因素之一，下列何者是錯誤做法？

- (1)動員高質量之參觀者
- (2)人潮數量要讓廠商滿意
- (3)利用遊覽車到鄉下載來參觀者
- (4)相關產業動員參觀

【4】41.下列何者是展覽展名擬定之考慮因素？

- (1)包山包海含蓋範圍愈多愈好
- (2)一定要加上「國際」
- (3)一定要有英文展名
- (4)契合主題精準為佳

【4】42.在獎勵旅遊發展中，人員能力及特質尤其重要，下列何者屬於隱性(不易觀察)的能力？

- (1)產業專業
- (2)語文能力
- (3)簡報能力
- (4)創意及高 EQ

【3】43.下列哪種不屬於旅遊業者涉入獎勵旅遊事務所獲得的收穫？

- (1)提供較高的總體效益
- (2)建立優質名聲
- (3)強化供應商的議價能力
- (4)提升員工士氣與凝聚力

【1】44.下列哪種組織功能不屬於獎勵旅遊經營的三大類型？

- (1)個人靠行承攬
- (2)組織內設立獎勵旅遊部門
- (3)公司主力經營獎勵旅遊公司
- (4)直銷系統下設獎勵旅遊部門

【1】45.顧客忠誠度可定義為：

- (1)顧客重覆購買的行為
- (2)推出促銷活動時，顧客反應熱烈
- (3)具有顧客心中高知名度
- (4)深得顧客喜愛

【3】46.旅遊業者對企業提出獎勵旅遊的提案策略，下列哪種策略不適用？

- (1)市場導向
- (2)產品導向
- (3)價格導向
- (4)競爭者導向

【1】47.穆斯林不食豬肉，其所食之牛羊雞鴨等，都還是經過教長念誦古蘭經超度過後才殺的，這些肉品稱之為？

- (1) Halal
- (2) Idul Fitri
- (3) Ramada
- (4) Prayed meat

【1】48.當您向客戶提出活動提案簡報時，應掌握以下那些重點？ A.完整的簡報內容 B.以重點方式來說明簡報內容 C.於事先沙盤演練及回應 D.桌椅的報價 E.酷炫華麗為導向

- (1) A,B,C
- (2) B,C,D
- (3) C,D,E
- (4) A,B,E

【3】49.即將在 2020 年舉辦綜合型世界博覽會的城市為：

- (1)美國芝加哥
- (2)英國倫敦
- (3)阿聯杜拜
- (4)韓國首爾

【2】50.活動經費由多方來源提供贊助，稱為：

- (1)獨家贊助
- (2)聯合贊助
- (3)媒體贊助
- (4)產品服務贊助