

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，違者該科以零分計。

【3】 1. 1667 年由哪一國舉辦第一個藝術展覽會由其國王提議，儘管未發展成工業展，但其展覽形式對展覽發展產生很大的影響？

- (1)英國 (2)德國 (3)法國 (4)義大利

【1】 2. 請問第一個真正具有國際規模的展覽會在哪一國舉行？

- (1)英國 (2)美國 (3)法國 (4)德國

【2】 3. 「非定期舉行，通常是傳達某些特別研究之發現，並且希望與會者有主動貢獻。」請問此為下列何者之定義？

- (1)集會 (2)會議 (3)代表會 (4)大會

【4】 4. 下列何者非產業價值鏈中會有的現象？

- (1)替顧客創造價值 (2)替公司創造價值
(3)價值累積流程 (4)不可分割成許多活動

【2】 5. 下列何者非展覽基本元素？

- (1)展出時間 (2)應酬者 (3)場地 (4)商品

【4】 6. 下列何者為展覽推動者？

- (1)參展廠商 (2)參觀展覽者
(3)場地提供者 (4)主辦單位

【2】 7. 參展廠商的參展目的不只在接訂單，常見的還有尋找新客戶、推出產品、連絡客戶感情、蒐集商情、維持知名度和形象、培訓員工等。其中有關蒐集商情下列何者錯誤？

- (1)業界動態 (2)就業機會
(3)新事物面向、買主反應與發掘新觀念 (4)商品發展趨勢

【3】 8. 在考量一個展覽的主題產業，應傾向於「綜合」或「專業」時，下列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

【4】 9. 下列何者不是展覽會發展收費服務的重要決定依據？

- (1)參展廠商的參展效益 (2)潛在觀眾的參觀意願
(3)展覽會的財務收支 (4)展覽主辦單位本身的主觀意志

【4】 10. 分析下列何類廠商對於瞭解參展目標招募對象的特質有助益？

- (1)前屆展覽舉行時的參展廠商
(2)相同或類似展覽的參展廠商
(3)前屆展覽結束時表明繼續參加次屆展覽的前屆參展廠商
(4)以上三者都有幫助

【3】 11. 目標參展廠商雖然「心動」但不行動的下列原因中，哪個原因較無法特別設計預防及克服方法？

- (1)信心不足 (2)決心不足
(3)能力不足 (4)便利不足

【3】 12. 有關專業展的企業觀眾的特性描述，下列何者錯誤？

- (1)參觀展覽的時間與費用，通常都不是由其本人負擔
(2)參觀展覽的同時負有必須達成的任務
(3)對於展覽的主題產業沒有深入的認識
(4)通常習慣於經由特定程序進入展覽會場

【2】 13. 許多專業性的會議在議程中，訂有「研修議程」(Tutorial)，其目的應是：

- (1)填補多餘的時間
(2)擴大招募基礎
(3)增進與會者間的互動機會
(4)增加議程內容的多樣性

【2】 14. 最會影響展覽服務價格水準的因素是：

- (1)相同性質展覽中規模最大者的定價水準
(2)鄰近地區競爭性展覽的定價水準
(3)提供的成本
(4)獲利的目標

【3】 15. 展覽行銷人應如何看待團體參展(參觀)籌組人？

- (1)是重要的中間商
(2)是重要的參展(觀)者
(3)是重要的中間人，也是重要的參展(觀)者
(4)是重要的參展(觀)者，也是次要的中間人

【4】 16. 有關展覽會選定參展廠商目標招募對象的敘述，下列何者正確？

- (1)發掘重要指標性廠商 (2)發掘潛在目標廠商之所在
(3)盡力建立目標對象名址清單 (4)以上三項都正確

【2】 17. 獎勵旅遊需要業者大量的提供專業知識讓客戶選擇使用，因此間接的提高業者下列何項的重要性？

- (1)成本控制與低價導向 (2)鼓勵員工發揮創意以提高產能
(3)售後服務 (4)個人 one on one 服務的重要性

【2】 18. 下列描述「品牌與創新」者，何者錯誤？

- (1)企業發展的重要策略 (2)花費不高，應大力推動
(3)需要企業主的深切體認 (4)短期內不容易看到效果

【1】 19. 旅客來臺觀光因素中，排名第一的是：

- (1)臺灣美食 (2)風光景色
(3)臺灣民情風俗文化 (4)距離居住地近

【2】 20. 傅蘭琪(Wendell L. French)教授在雙因子理論研究中發現，保健因子和激勵因子何者對提高員工績效提昇較具有影響力？

- (1)保健因子 (2)激勵因子
(3)兩者影響力一樣大 (4)兩者皆無影響力

【3】 21. 我國政府開放觀光是在哪一年？

- (1) 1977 年 (2) 1978 年 (3) 1979 年 (4) 1980 年

【4】 22. 對南島語系範圍的敘述，下列何者錯誤？

- (1)東起南美洲西岸的復活島 (2)西到非洲東岸的馬達加斯加島
(3)北至臺灣南達紐西蘭 (4)涵蓋大西洋諸多島嶼

【2】 23. 德國慕尼黑啤酒節、西班牙旁羅那奔牛節、義大利威尼斯面具節為下列哪種活動類型？

- (1)超大型活動 (2)特色活動 (3)重要活動 (4)政治活動

【請接續背面】

【4】 24.活動安全工作，不包括下列哪一事項？

- (1)活動場地保全
- (2)活動無障礙空間
- (3)活動消防防災
- (4)活動流量規劃

【1】 25.決定活動地點、活動場地管理為下列哪一項活動執行工作？

- (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】 26.我國會展硬體設施之興建主要由下列哪一個機關主導？

- (1)交通部
- (2)觀光局
- (3)國際貿易局
- (4)新聞局

【1】 27.會展產業價值鏈中，可分割為許多不同區塊以及不同業者，下列何者正確？

- (1)會展籌劃業者、會展主辦單位、參觀（與）者
- (2)個別利益、共同利益、廠商利益
- (3)維修、保全、清潔
- (4)文化娛樂、燈光音效、舞台架設

【3】 28.一般而言，國際會議活動後安排順道旅遊的參觀，藉此展現主辦單位或主辦國家的人文科技發展，下列何者不是順道旅遊參觀的行程？

- (1) 101 大樓
- (2)故宮博物院
- (3)總統辦公室
- (4)日月潭

【2】 29.會展活動舉辦時，涉及「關稅」相關事項，其主管機關為：

- (1)經濟部
- (2)財政部
- (3)外交部
- (4)交通部

【3】 30.下列何者為會議期間的工作項目？

- (1)會場安排
- (2)會議佈置
- (3)會議接待
- (4)經費決算

【2】 31.臺灣負責推動會展產業的部會為：

- (1)交通部
- (2)經濟部
- (3)外交部
- (4)國發會

【1】 32.展覽活動爭取與國外相關展覽進行廣告交換的主要目的為：

- (1)藉由國外展覽廣告精準接觸產業潛在買主
- (2)填滿廠商名錄的空白頁面
- (3)節省廣告費
- (4)展現主辦單位的國際人脈

【3】 33.辦理國際專業展覽，所發布新聞稿發送管道，一般不包含下列何者？

- (1)相關媒體記者
- (2)參展廠商
- (3)參觀民眾
- (4)相關業者及買主

【3】 34.許多會議與展覽，都有招募贊助廠商的政策。就這類會議與展覽的行銷人而言，贊助廠商應該是：

- (1)要極力服務的金主
- (2)要全力宣傳的與眾
- (3)要努力行銷的對象
- (4)要奮力一搏的敵人

【2】 35.許多國際性會議，多在宣傳時介紹舉行地的觀光機會。它們這樣作的原因，應與什麼有關？

- (1)爭取觀光單位的補助
- (2)強調額外的與會價值
- (3)推廣觀光
- (4)滿足群眾的好奇心

【3】 36.下列何者非國際專業展覽之主要宣傳活動？

- (1)貿易洽談會
- (2)市場趨勢研討會
- (3)舞台造勢表演活動
- (4)新產品發表會

【3】 37.對於會展活動的行銷人而言，對於與主題相關的媒體，應該：

- (1)視為潛在的與眾
- (2)視為一般的與眾
- (3)視為可以合作的行銷盟友
- (4)視為警戒的對象

【2】 38.展覽檔期的決定，下列何者錯誤？

- (1)考慮買主的採購習慣
- (2)以廠商重要節慶、假日為檔期
- (3)依參展商之參展習慣
- (4)避免與同質性大展同一檔期

【4】 39.許多每年都舉辦的會展，會將未來數年的開幕日，在決定後立刻作公開的傳佈。它們這樣作的最主要目的是：

- (1)由此對團隊成員，產生激勵的力量
- (2)由此對有利時段，產生先占先贏的效果
- (3)由此對場館出租者，產生不容反悔的壓力
- (4)由此對目標對象，產生儘早預告的效果

【4】 40.下列何者非展覽攤位之銷售管道？

- (1)公司業務人員
- (2)相關產業公協會
- (3)國外代理商
- (4)媒體業務

【1】 41.展前針對重點及明確之參觀客戶之邀約，下列何者為最佳？

- (1)邀請函及專人電話邀請
- (2)電視廣告
- (3)宣傳車
- (4)網路廣告

【3】 42.為企業主量身訂做一個具有該企業特色的獎勵旅遊，其訣竅是：

- (1)通知相關業者用該企業名稱接待
- (2)由企業主直接支付費用
- (3)在活動中融入企業文化的元素
- (4)由客戶選擇交通載具

【2】 43.下列何者非佛洛伊德心理分析理論中，認為人類的行為時常面對的衝突？

- (1)對本我的衝突
- (2)對小我的衝突
- (3)對超我的衝突
- (4)對自我的衝突

【2】 44.下列哪一項展覽不適合進行獎勵旅遊之行銷？

- (1)德國 IMEX
- (2)臺北 COMPUTEX
- (3)臺北 ITF
- (4)亞洲 IT&CMA

【1】 45.下列何者不是獎勵旅遊規劃上需注意之事項？

- (1)緊張、刺激、驚險
- (2)激發團隊合作
- (3)令人驚訝讚嘆
- (4)企業主之需求

【4】 46.外國人士前來臺灣參加獎勵旅遊及會議展覽，對臺灣而言；此類旅遊模式屬於「世界觀光組織」所分類的哪一個國際旅遊市場？

- (1) Domestic Tourism
- (2) Outbound Tourism
- (3) National Tourism
- (4) Inbound Tourism

【1】 47.下列何者為獎勵旅遊行程中主控人員之工作內容？

- (1)業務洽談代表
- (2)簽證安排
- (3)機票保管
- (4)當地導遊聯絡

【4】 48.不允許觀眾攜帶具有危害性質物品進入活動會場，主要為因應下列哪一種風險狀況？

- (1)無法避免的重大風險
- (2)可預見但影響程度可控制之風險
- (3)無法掌握但也無從避免的風險
- (4)可預防發生的風險

【1】 49.活動顧客在活動中所體驗的每一元素，為下列哪一項活動行銷基本要素？

- (1)活動產品／服務
- (2)活動價格
- (3)活動促銷
- (4)活動通路

【4】 50.舉辦活動前評估其可行性之因素，下列何者錯誤？

- (1)是否有其他類似活動撞期
- (2)活動舉辦時期的天候狀況
- (3)活動舉辦地點周邊交通狀況
- (4)主辦單位投入人力的多寡