



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。

【1】 1.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】 2.參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為非？

- (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】 3.會展產業價值鏈中分上、中、下游，請問下列何者為中游？

- (1)新聞媒體 (2)廣告設計業務 (3)場地業務 (4)會議籌辦

【3】 4.1667 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

【2】 5.國際會議展覽具有「三高三大三優」特徵，請選出何者不是三高？

- (1)高成長力 (2)高報酬率 (3)高附加價值 (4)高創新效益

【4】 6.會展人才培育與認證計畫中，下列何者不在計畫執行之內？

- (1)種子師資培訓 (2)建立認證制度 (3)建置人才資料庫 (4)擴大會展舉辦範圍

【4】 7.與「會展？業」直接相關的產業已經形成了一個互相協作的供應鏈，下述何者並非會展舉辦的主要產業環節？

- (1)餐飲業者 (2)會議顧問公司
(3)交通公司、旅行社、航空公司 (4)保險櫃製造商

【3】 8.義大利每 3 年一展的橡塑膠展，大會在官網上列出歐洲同質性展覽的規模比較表。請問依展覽行銷人的觀點：

- (1)此為聯合宣傳 (2)此為合作關係 (3)此為產品區隔 (4)此為策略聯盟

【4】 9.互動式的會議行銷與一般商品或勞務的行銷相比，下列何者為非？

- (1)行銷對象封閉有限 (2)行銷工具相對有限 (3)行銷彈性被迫有限 (4)行銷預算相對有限

【2】 10.一個展覽在行銷之初，之所以要界定它的目標市場所在，不是因為：

- (1)行銷資源分配於此 (2)行銷人員由此召募
(3)行銷作為實施於此 (4)行銷績效由此產出

【4】 11.當展覽會面對是否向觀眾收取參觀費用問題時，需要慎重考量的因素，下列何者為非：

- (1)對財務結構的影響 (2)對潛在觀眾參觀意願的影響
(3)對相對競爭態勢的影響 (4)對工作人員薪資的影響

【2】 12.使用公關工具進行會展行銷時，行銷人最要特別注意的是：

- (1)使用成本被人質疑 (2)使用結果具有風險
(3)使用時機不易捏拿 (4)使用效果不易計算

- 【3】 13.下列有關會展行銷績效目標的敘述，何者正確？ A.必須完整包括總體目標的各個構面 B.各個績效構面必須訂有次級目標 C.必須避免全部以量化方式表現 D.必須隨伴有各個階段的達成程度
(1) A,B,C (2) B,C,D (3) A,B,D (4) A,C,D
- 【1】 14.當會議中的報告人是由公開招募方式獲得時，許多會議都對此等報告人：
(1)給予不同程度與內容的費用優惠 (2)收取報告發表費
(3)要求分攤因此所發生的費用(如場地租金等) (4)以上三者都不正確
- 【2】 15.一個會議在舉辦期間也需要進行行銷工作的原因之一是：
(1)促使與會者瞭解會議舉行的緣起與目的 (2)確保與會者的參與熱忱持續到會議結束的一刻
(3)激勵與會者在各種集會進行時都熱烈發言 (4)儘量便利每位與會者認識其他的與會者
- 【3】 16.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】 17.國際知名學者麥可波特(Michael Porter)的五力分析，不含下列哪一項？
(1)新進入者的威脅 (2)供應商的議價能力
(3)替代品或服務的威脅 (4)企業本身的悠久歷史
- 【2】 18.下列何者描述「品牌與創新」者為誤？
(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
- 【3】 19.在傅蘭琪(Wendell L. French)的雙因子理論，下列哪者不屬於激勵因子？
(1)工作挑戰 (2)工作成就感 (3)公司福利 (4)工作升遷
- 【1】 20.激勵作用的過程中，驅動力的來源是：
(1)需求未滿足所形成的緊張壓力 (2)尋求滿足的行為
(3)減輕壓力 (4)論功行賞
- 【3】 21.在獎勵旅遊執行面，我們常常依照企業主的要求將提供給旅客的招待水準明確區隔出高低兩層次，是因為：
(1)人天生不平等
(2)旅遊團費不夠用
(3)心理策略，藉此讓接受較低階服務的旅客對接收較高階服務的旅客生羨慕心以及「大丈夫當如是也」的上進心
(4)以上皆非
- 【3】 22.台灣成為 Incentive Destination 的建議，在認知上要有何種概念：
(1)本土化 Localization (2)全球化 Globalization
(3)在地文化、全球思維 Glocalization (4)以上皆非
- 【1】 23.描述活動背景與活動目的應放在活動企劃書的那一部分：
(1)前言 (2)內容 (3)結論 (4)附件
- 【4】 24.活動安全工作，不包括以下那一事項：
(1)活動場地保全 (2)活動無障礙空間 (3)活動消防防災 (4)活動收入規劃
- 【4】 25.以下何種非活動相關資訊供應管理工作：
(1)彙整活動資訊 (2)傳達緊急資訊 (3)設置資訊設備 (4)架設活動指示標誌
- 【2】 26.某會議公司擬舉辦財經論壇活動，預計所租會議場地費用計新台幣 25,000 元正，會議演講及工作人力費用 45,000 元正，刊登廣告及行銷費用 50,000 元正，該論壇膳食茶點及講義費用每一位成本新台幣 300 元正。如果該場活動，會議公司預計盈餘 50,000 元正，以報名費收費每人 1,500 元計算，請問最少需要多人購票參加，始能達成此一預算？
(1) 141 (2) 142 (3) 143 (4) 144

【請接續背面】

- 【1】 27.國際會議報名工作分為線上報名及現場報名，對於現場報名工作敘述，下列何者錯誤？
- (1)現場報名之表格填寫應該不厭其煩，越詳盡越好，並要求相關資料如通訊地址以水電帳單佐證其正確性等
 - (2)現場報名表格應與線上報名表格盡可能一致，以利資料輸入與整理
 - (3)現場報名應注意工作人力調配，避免過長排隊影響參加者的情緒
 - (4)可於現場安排線上報名電腦，提供無紙化快速報名工作
- 【3】 28. The technical rehearsal in an event is:
- (1) Case by case
 - (2) Usually Unnecessary
 - (3) A good practice
 - (4) Optional
- 【3】 29.我國會展硬體設施之興建主要由下列那一個機關主導？
- (1)交通部
 - (2)觀光局
 - (3)國貿局
 - (4)新聞局
- 【3】 30.下列國家中何者為我國現階段發展會展的主要競爭者？
- (1)美國
 - (2)德國
 - (3)韓國
 - (4)澳洲
- 【1】 31.台灣唯一參加 2010 年世博會展覽的城市是？
- (1)台北市
 - (2)台中市
 - (3)台南市
 - (4)高雄市
- 【1】 32. 2012 年科隆五金展的攤位淨空地費每平方米為 165 歐元，使用 2 面開轉角攤位則是每平方米 185 歐元，主辦單位使用不同區的「差異化定價」之主要目的？
- (1)追求獲利最大化
 - (2)成為展覽的領導者
 - (3)降低開發新廠商費用
 - (4)追求市場佔有率極大化
- 【4】 33.下列哪一項非會議之行銷組合？
- (1)行銷通路
 - (2)會議定價
 - (3)會議促銷
 - (4)會議定位
- 【3】 34. 2007 年 9 月 13 日美國 Reed 公司在宣布 PGA Fall Expo 的展期，將自傳統的每年 9 月，自 2008 年起提前到每年的 8 月。提前的原因則是為「更能配合生產者的產品(開發)週期與購買者的採購季節」。下列有關此項展出時間變動原因說明的看法，由會展行銷人的專業出發，何者最為恰當？
- (1)在沒有辦法證實此項理由是否屬實前，對此說明宜持保留態度
 - (2)如果不是相同產業會展活動的行銷人，對此根本無從評論
 - (3)不管實情為何，至少這個依據產業作業週期選定會展活動舉行日期的觀念，確有參考採行的必要性
 - (4)他人的決定，吾等皆應尊重
- 【2】 35.整合行銷傳播操作之重要意涵為何？ A.集中火力大打廣告 B.不偏重單一傳播工具 C.需考慮不同參觀者之資訊接收管道 D.需整合外部資源
- (1) A,B,C
 - (2) B,C,D
 - (3) A,B,D
 - (4) A,C,D
- 【3】 36.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】 37.隨著網路普及化，網路行銷為不可忽視的行銷手法，因此展覽除了下關鍵字廣告以外，若可善用免費電子媒體資源將可擴大宣傳層面，以下何者不屬於適合的管道：
- (1)相關部落格(BLOG)
 - (2)電子佈告欄系統(BBS, Bulletin Board System)
 - (3)寄發轉寄信
 - (4)網路相關社群論壇
- 【4】 38.只要設定進場參觀者都要購票，
- (1)票價就只能低，不能高
 - (2)票價的高低就只能比競爭者低，不能比競爭者高
 - (3)就一定要針對不同的身份，訂定不同的價格
 - (4)就要依據行銷目標，考慮是否要有配套方案，以及如何訂定配套方案的內容

- 【2】 39. 2009 年 4 月 30 日至 5 月 3 日舉行的 K/BIS 展，在當年 3 月 1 日發布一個有關產品新趨勢的新聞。就展覽行銷人的判斷，這個新聞發布的最主要動機應是：
- (1)提醒參展廠商：「檢查展品應否調整」
 - (2)告知目標觀眾：「本展值得參觀」
 - (3)向競爭對手宣示：「我的定位在此」
 - (4)向相關產業告白：「只有我最瞭解你」
- 【3】 40.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】 41.下列何者為非展覽公關人員應具有之態度？
- (1)樂觀進取
 - (2)不擇手段以達新聞曝光
 - (3)創意思考
 - (4)工作熱忱
- 【4】 42.下列哪項不屬於獎勵旅遊行銷通路管理的機制？
- (1)人際關係管理
 - (2)資訊平台的機制
 - (3) B2E 網路(Business to Enterprise)
 - (4)供應商管理
- 【3】 43.價格與價值的關係，下列何者為誤？
- (1)一分錢一分貨
 - (2)互為正相關的關係
 - (3)應該多多訪價以避免被敲竹槓
 - (4)「一分價格得到兩分價值」所代表的意義是業主因此而省了錢
- 【2】 44.下列那一項展覽不適合進行獎勵旅遊之行銷？
- (1)德國 IMEX
 - (2)台北 COMPUTEX
 - (3)台北 ITF
 - (4)亞洲 IT&CMA
- 【4】 45.下列何者不是獎勵旅遊業主希望達到的效果？
- (1)讓旅客知道，只有參加公司所安排的獎勵旅遊，旅客才能得到備受尊榮的效果
 - (2)讓旅客對該公司生出感謝之心，向心力更強
 - (3)讓旅客感受到公司對他們的感謝
 - (4)舊地重遊，可以省點預算
- 【4】 46.經事前安排且得到允許時，航空公司可以提供獎勵旅遊何者禮遇？ A.提前辦理登機手續
B.座次安排 C.機艙廣播致歡迎辭 D.特製印有公司 Logo 之頭枕巾 E.旅館降價
- (1) A,B
 - (2) C,D
 - (3) B,C,E
 - (4) A,B,C,D
- 【4】 47.以主辦獎勵旅遊單位的角度來看，獎勵旅遊之活動行程是如何生成的？
- (1)結合旅遊業者建議，編排成為具有特色的旅遊產品
 - (2)諮詢當地觀光局後安排
 - (3)評估資助資源取得的多寡與執行難易程度
 - (4)依照被接待旅客的旅遊習慣與特性
- 【3】 48.從活動效益分析的觀點來看，活動藉由活動顧客支出、門票收入、活動商品販售、餐飲銷售所帶來收入，可歸類為：
- (1)有形成本
 - (2)無形成本
 - (3)有形利益
 - (4)無形利益
- 【1】 49.下列哪一項不是活動贊助對企業所帶來的效益？
- (1)提升內部員職能
 - (2)增加企業聲望
 - (3)進行企業公關
 - (4)建立良好的顧客關係
- 【3】 50.活動排隊服務應考慮的後勤因素不包含下列哪一項？
- (1)排隊動線規劃
 - (2)排隊等候時間規劃
 - (3)活動宣傳起迄時間
 - (4)相關服務人員數量