

會展概論試題

說明：本試卷共計 50 題，全部為單選題，不倒扣。考生一律以 2B 鉛筆作答於答案卷上，違者不予計分。

答案	題號	題目
B	1.	服務、生產與消費是同時發生的，服務人員與顧客必須在同一時間、同一地點，服務才能發生。以上敘述為會展產業的哪一項特性？ (A) 整合性 (B)不可分割性 (C)異質性 (D)藝術性
A	2.	由於展覽會數量過多，展出水平與經濟效益下降，使展覽會出現混亂局面。在 1925 年於義大利米蘭成立了？ (A)全球展覽業協會 (B)全球貿易學會 (C)全球博覽會 (D)全球經濟會
C	3.	以下有那些是目前會展所需人才？ a. 會展經管人才 b. 會展企劃人才 c. 展覽行銷人才 d. 媒體公關人才 e. 會展設計人才 f. 人事管理人才 g. 市場管理人才 (A)a.b.c.d.e.f. (B)a.b.c.d.f.g. (C)a.b.c.d.e. (D)a.b.c.d.e.f.g.
D	4.	下列何者非產業價值鏈中會有的現象？ (A)替顧客創造價值 (B) 替公司創造價值 (C)價值累積流程 (D) 不可分割成許多活動
B	5.	下列哪一項非展覽基本元素？ (A)展出時間 (B)應酬者 (C)場地 (D)商品
D	6.	下列何者為展覽推動者？ (A) 參展廠商 (B) 參觀展覽者 (C) 場地提供者 (D) 主辦單位
A	7.	大規模展覽貿易活動始於十一至十二世紀，其中最重要的是在伯爵領地「香檳地區」的展覽貿易，那裡成為歐洲的重要經貿中心。以上為中世紀哪一展覽模式？ (A)集市 (B)貿易 (C)工業展覽會 (D)交換物品
C	8.	對於推廣新技術與先進知識有相當大的功效，不必花費出國就可學習新知。以上描述在會展中屬非經濟效應中的哪一種 (A)提高品牌知名度 (B)提升人文精神 (C)提升專業知識 (D)宣揚當地文化
D	9.	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，其中蒐集商情還包含？ (A)業界動態 (B)新事物面向、買主反應與發掘新觀念 (C)商品發展趨勢 (D)以上皆是

A	10.	營造成為會議重鎮、擅用網路媒體宣揚國內優良的會議環境以及充分整合國際會議活動所需之周邊資源，以上為哪一國在當前為國內會展產業提供最好的條件？ (A)法國 (B)德國 (C)新加坡 (D)美國
A	11.	下列哪一組為德國展覽產業所提供的措施運作？ (A)成立全國性的行業協會、展覽會擁有長期計畫、專業人員素質高 (B)服務水準領先國際、充分整合國際會議活動所需之周邊資源、塑造專業會議機構間良性的學習機制 (C)塑造專業會議機構間良性的學習機制 妥善結合會議與觀光產業 發揮強大的政治與經濟影響力 (D)擅用網路媒體宣揚國內優良的會議環境、塑造專業會議機構間良性的學習機制、妥善結合會議與觀光產業
C	12.	會展產業的基本架構中，何者是指主辦或策畫會展活動的單位？ (A)聽眾 (B)提供者 (C)購買者 (D)參觀者
D	13.	在台灣地區會展產業 SWOT 分析中，台灣目前所屬之劣勢為？ (A)專業機構、人才不足 (B)國際會展行銷功能不足 (C)整體軟硬體設備不足、政府相關行政資源投入程度不足 (D)以上皆是
C	14.	培訓人才的目的是派訓學員回到職場後績效表現及員工生產力能夠符合期望，若要成功培訓計畫下列何者是不可或缺的機制？ (A)成本回收評估機制 (B)績效評估機制 (C)學習成效評估機制 (D)能力評估機制
D	15.	請問下列哪一項計畫建立了建置人才資料庫、學習績效評估機制及專業人才培訓？ (A)資訊網建置計畫 (B)提升會議展覽服務業國際形象暨總體推動計畫 (C)經營管理輔導計畫 (D)人才認證培育計畫
D	16.	下列何者為日本展覽產業之難處？ (A)展覽市場較為封閉 (B)集中在東京地區 (C)參展多屬日本當地廠商為主 (D)以上皆是
D	17.	台灣地區政府部門與業界針對會展產業發展趨勢提出強化周邊配合之基礎建設、加速扶植專業會展規劃機構及強化專業人才培育工作等期許，請問下列還有那一項符合台灣目前會展產業發展願景？ (A)提升國人外語能力 (B)發展國際知名之獨特地方特色 (C)建構完善與便利的金融體系 (D)以上皆是
C	18.	展覽會為進行召募行銷，選取資訊傳遞工具時，最應該注意的是： (A)最大的資訊負載 (B)最佳的回饋截取能力 (C)最精準的目標對象覆蓋 (D)最低的使用成本
D	19.	展覽會開發衍生性服務商品的基礎是： (A)參展廠商的需要 (B)參展廠商的便利 (C)參觀觀眾的需要 (D)以上三者都是開發的基礎

D	20.	為召募參觀觀眾而設計的展覽週邊活動： (A)不宜與產業主題無關 (B)不宜與目標觀眾設定對象背離 (C)不宜因此而為其他參觀觀眾帶來參觀展覽的不便 (D)以上三項都正確
D	21.	以人員(電話)拜訪為會展召募工具時，下列何者是訓練與管理的重要事項： (A)遊說流程與說詞的熟練(B)成敗經驗分享氣氛的創造 (C)訂定目標施以績效管理的機制 (D)以上三項都是重要事項
C	22.	會展活動舉行時，各種不同背景參與者之所以會參與這個會展活動，最主要原因是： (A)這個會展活動的舉辦 (B)主辦單位的存在 (C)與期盼相遇的對象在此會展活動中相遇 (D)贊助廠商或團體的贊助
C	23.	最容易召募到的展覽觀眾，是來自於： (A)全球 (B)本區 (C)本地 (D)行銷努力最多的地區。
B	24.	有關會議召募行銷的敘述，下列何者正確： (A)多利用「代理商」或「代表人」等正式的中間機構，進行召募工作 (B)會議舉行主體是一個組織時，其次級組織或團體應是會議行銷人爭取以協助召募的對象 (C)儘量不要接觸目標與會對象所認同的意見領袖，以免發生分裂會眾成數個小團體的危險 (D)以上三項都正確
C	25.	許多行銷摺頁都附有與讀者雙向溝通的通訊表單設計，這種表單在摺頁中放置的位置，以下列何者最為理想？ (A)摺頁的開始處，以能儘早引起注意 (B)摺頁的結尾處，以能在閱讀完畢摺頁內容後，立即進行意見的回饋 (C)摺頁內容中最不重要資訊的背面，以使讀者裁用通訊表單後，這份摺頁仍保有重要資訊可供讀者日後查閱 (D)任何一個不影響摺頁美觀的部位
D	26.	當會議採取不同的出席費費率定價時，下列有關作出這項決定的背景原因那項方為正確？ (A)避免影響部份目標對象的出席能力(B)避免影響部份目標對象的出席意願 (C)遵循同一會議過往舉行的慣例 (D)以上三項都正確
D	27.	下列有關展覽會選定參展廠商目標召募對象的敘述，何者正確？ (A)發掘重要指標性廠商 (B)發掘潛在目標廠商之所在 (C)盡力建立目標對象名址清單 (D)以上三項都正確
B	28.	當會議附屬於展覽舉行時，會議與眾的召募應： (A)以參展廠商為目標對象 (B)以參觀觀眾為目標對象 (C)以展覽舉行地的居民為目標對象 (D)以上三者都正確

A	29.	<p>會展行銷規劃的第一步是：</p> <p>(A)蒐集有助瞭解行銷環境的資料 (B)蒐集潛在參展廠商的資料 (C)蒐集潛在觀眾的資料 (D)蒐集潛在贊助廠商的資料。</p>
B	30.	<p>通常街頭看板廣告都只適用於消費展，但外貿協會在德國漢諾威資訊展(CeBit)舉行期間，卻在漢諾威市樹立台北國際電腦展(Computex)的看板廣告。這是因為：</p> <p>(A)台北國際電腦展已轉型為消費展 (B)漢諾威資訊展是全世界重要電腦產品企業買主的集中地 (C)向全球資訊產業展示台北電腦展力爭上游的決心 (D)以上三項都正確</p>
A	31.	<p>外貿協會 2007 年在泰國及印度分別舉辦電子展。在有關目標觀眾的地理涵蓋方面，則選取以舉行地及鄰近國家為重點。這樣決定是：</p> <p>(A)發展策略的考量 (B)行政能力的考量 (C)財務調度的考量 (D)政治風險的考量</p>
A	32.	<p>當一個會議採取公開徵求論文的方式排定議程時，如果合格的應徵論文總數超過會議議程所能容納的數量，下列的取捨標準中，應以採行何者最為恰當？</p> <p>(A)以豐富會議主題的廣度與深度為原則 (B)以投稿的先後次序為原則 (C)以平衡入選者的地域代表性為原則 (D)以平衡組成產、官、學的報告人結構為原則</p>
C	33.	<p>為了擴大會議的與眾召募基礎，會議的每個構成元素(時間、地點、議題、議程、)都應：</p> <p>(A)有助與會者的出席方便 (B)增進與會者的與會效益 (C)A、B 兩項都正確 (D)A、B 兩項都不正確</p>
C	34.	<p>2007 年 8 月 14 日工商時報有則以「機器人展覽會 明年開辦」為標題的新聞，其內容除有關該展將首度於 2008 年 5 月 1 日至 5 日在台北舉行等事項外，並有「包括 ABB、YASAKAWA、現代、HONDA、SONY、台灣精銳、台灣天行等知名機器人與零組件業者，都是積極要邀請參加的對象」。主辦單位在發佈此項訊息時，提及此一規劃的目的應在：</p> <p>(A)由此激發其他廠商的決定參展 (B)由此塑造主辦單位將使此展成功的決心 (C)A、B 兩項都正確 (D)A、B 兩項都不正確</p>
A	35.	<p>績效= f(x,y,z)的函數。 x,y,z 分別是：</p> <p>(A)激勵、能力、機會 (B)能力、機會、資源 (C)激勵、能力、資源 (D)激勵、能力、資源</p>

A	36.	“觀光”具有旅行者移動和下列何者的意涵？ (A)外來者 (B)在地居民 (C)社區 (D)交通
D	37.	獎勵旅遊主辦單位指派專責人員目的在： (A)固定溝通窗口，明定決策人員 (B)建立客服組織 (C)財務控管 (D)以上皆是
D	38.	業者重視人力資源的因素： (A)發覺優質員工 (B)發覺潛力員工 (C)為企業儲備人才 (D)以上皆是
A	39.	組織藉由對過往高成就者的感念與回憶可以達到強化成員和組織間的團結力，此為 6R 中何者的範疇？ (A)Record 對高成就者的回憶 (B)Respect 對高成就的敬意 (C)Reward 對高成就的回饋 (D)Recognition 對高成就者的成就認可
A	40.	「獎勵措施」是否會產生滿意，取決於被激勵者認為報償是否符合公平原則。這是什麼理論？ (A)為波特-勞勒綜合激勵理論之理論基礎之一 (B)Vroom 的期望理論 (C)勒溫 and 托爾曼的認知理論 (D)滿足理論
C	41.	我國政府開放觀光是在哪一年？ (A)1977 年 (B)1978 年 (C)1979 年 (D)1980 年
D	42.	對企業主而言，參予獎勵旅遊事務之前應有配套的計畫，內容有： (A)確定目標與設定回饋標的與評比標準 (B)設定預算並作財務規劃 (C)計畫訂定、執行、溝通、激勵與效果檢討 (D)以上皆是
D	43.	一個完善規劃的獎勵旅遊必備元素有： (A)機票與陸面交通 (B)旅館與餐膳 (C)觀光地與門票 (D)以上皆是
A	44.	獎勵旅遊行銷策略中，產品面要提供的是： (A)隨時隨地提供旅客「WOW」的驚奇 (B)價格低廉 (C)節省人力 (D)易於執行
C	45.	台灣成為 Incentive Destination 的建議，在認知上要有何種概念： (A)本土化 Localization (B)全球化 Globalization (C)在地文化、全球思維 Glocalization (D)以上皆非
A	46.	旅客來台觀光因素中，排名第一的是： (A)菜餚 (B)風光景色 (C)台灣民情風俗文化 (D)距離居住地近

D	47.	讓獎勵旅遊產品的創意豐沛，旅遊業者平時便應： (A)多看 (B)多聽 (C)多學 (D)以上皆是
A	48.	台灣適合成為獎勵旅遊門戶的四大口岸是： (A)台北(基隆)、花蓮、台中、高雄 (B)馬公、麥寮、蘇澳、大鵬灣 (C)淡水、台南、東港、成功 (D)碧砂、東港、大武、南方澳
D	49.	旅遊按照旅行遊覽活動的不同動機可以分為： (A)保健旅遊 (B)宗教旅遊 (C)互助旅遊 (D)以上皆是
C	50.	價格與價值的關係，下列何者為誤？ (A)一分錢一分貨 (B)互為正相關的關係 (C)應該多多訪價以避免被敲竹槓 (D) 「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了