

「會議展覽服務業專業人員認證考試」

會展概論參考題庫

1. 目前台灣專門負責推動會議展覽服務業專案的政府機構為：
(A) 勞委會 (B) 經濟部 (C) 交通部 (D) 審計部
2. 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：
(A) 發展策略的思考與決定 (B) 財務運作的思考與決定 (C) 人氣凝聚的思考與決定 (D) 行政方便的思考與決定？
3. M.I.C.E.中，I.的全文是下列何項？
(A) International (B) Individual (C) Incentive (D) Incorporate
4. 「定期舉行的會議，討論一特定主題，由各團體派一正式代表參加，並且參加者是要註冊、付費的。」請問此為下列何者之定義？
(A) 代表會 (B) 集會 (C) 大會 (D) 學會
5. 展覽行銷人是否可能利用另外一個展覽的舉行，進行他所負責展覽的召募行銷的關鍵考量因素有：
(A) 對方是否有合作的意願 (B) 兩個展覽的產業主題，是否相同或類似 (C) 兩個展覽的定位，是否有競爭衝突 (D) 以上三項都是
6. 世界旅遊組織的定義--出外最少離家多遠的人方可稱為旅客？
(A) 500 英哩 (B) 500 公里 (C) 55 公里 (D) 55 英哩
7. 就全球會展產業就區域而言，市場佔有率中最大的市場在？
(A) 北美洲 (B) 歐洲 (C) 亞洲 (D) 北歐
8. 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
9. 下列有關使用平面廣告做會展召募工具的敘述，何者正確：
(A) 因為存在時間通常較短，所以內容設計不很重要 (B) 因為與其他資訊存在於同一媒體，所以如何引發注意很重要 (C) 因為資訊負載量較大，所以應該儘量多多利用 (D) 因為可以接觸到較大的閱讀者，所以對其屬性的選擇可以儘量從寬
10. 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？
(A) 工作 (B) 權利運用 (C) 金錢收入增加 (D) 教育
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
12. 會展行銷的基礎是向目標對象提供資訊，此時需要注意的基本原則是：
(A)不可過度背離事實真相 (B)不可嚴重導引虛幻期待 (C)不可違反誠實行銷原則 (D)以上三者皆正確
13. 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？
(A)產品差異化 (B)最佳成本 (C)微利時代 (D)不創新，便死亡
14. 在台灣，交通部觀光局界定會展產業(MICE industry)的範疇包含四部份：一般會議(meeting)、獎勵旅遊(incentive)、展覽(exhibition)，請問尚缺？
(A) 討論會 (B) 展示會 (C) 大型會議 (D) 調查計畫
15. 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
16. 業者一旦越過獎勵旅遊之進場障礙並打入此領域市場時，所代表的是
(A)業者能力的被肯定 (B)名聲與信譽 (C)較易於得到優越的採購條件 (D)以上皆是
17. 持續舉行的展覽會，下屆展期的最早宣佈時間應是：
(A)一旦確定即行宣佈 (B)本屆展覽開始之日宣佈 (C)本屆展覽展期之中宣佈 (D)本屆展覽展期最後一天宣佈
18. 實體會展的行銷人，應如何面對網路技術所造就的虛擬會展活動？
(A)因為網路技術終將使虛擬會展可以完全取代實體會展，所以實體會展應立刻向虛擬會展轉型 (B)虛擬會展確對實體會展的行銷構成一定程度的衝擊，所以應該立即全力反制 (C)虛擬會展確對實體會展的行銷可以提供助益，所以應該儘早此引入實體會展的行銷作為中 (D) 以上三項都正確
19. 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)全國展覽業學會 (B) 全球貿易學會 (C) 全球博覽會 (D) 全球經濟會

20. 展覽行銷人在招募參觀觀眾時所處的情境有：
(A)潛在觀眾為數眾多，因此不易有完整且正確的認識 (B)縱使展前已作參觀承諾，但在其真正進入展場參觀前，仍然充滿各種可能的變數 (C)觀眾的數量與素質，常被等同的期待 (D)以上三項都正確
21. 在會議展覽產業中，目前其範疇仍未有一致性的分類方式，根據目前所提出的概念，下列何組為正確答案？
(A)生物鏈結構 向心狀圖形 (B) 生物鏈結構 放射狀圖形 (C) 放射狀圖 向心狀圖形 (D) 生物鏈結構 平行結構
22. 下列何者不是展覽會發展收費服務的重要決定依據？
(A)參展廠商的參展效益 (B)潛在觀眾的參觀意願 (C)展覽會的財務收支 (D)展覽主辦單位本身的主觀意志
23. 下列何者為 Raise 融入激勵的項目以刺激業績提昇？
(A)獎勵 (B)教育 (C)情感培育 (D)以上皆是
24. 當服務供給面臨尖峰時，常無法滿足顧客需求，若會議參與者、展覽參觀者數量多於預期、參展廠商不足，都可能會使該會展成果低於其應有值。以上敘述為會展產業的哪一項特性
(A) 整合性 (B) 異質性 (C) 不可分割性 (D) 無法儲存性
25. 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？
(A)前屆展覽舉行時的參展廠商 (B)相同或類似展覽的參展廠商 (C)前屆展覽結束時表明繼續參加次屆展覽的前屆參展廠商 (D)以上三者都有幫助
26. 會議展覽服務業英文縮寫為 M.I.C.E.，其中何項代表著“獎勵旅遊”？
(A)M. (B)I. (C)C. (D)E.
27. 下列何者非會議特性？
(A) 會議內容著重在訊息交換，以及面臨問題時提出的討論和解決 (B) 由於會議有特定主題，且與會成員通常是相同領域學者和專家 (C) 國際會議的召開易受政治因素干擾，從競標過程到籌辦期間變數橫生，各地區的互相替代性相對變小 (D) 會議的成功因素會隨各國總體環境、產業環境與執行團體間互相影響
28. 展覽會為進行招募行銷，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
29. 各國觀光局或都市觀光發展局為鼓勵旅客到該國舉辦獎勵旅遊，經常採用的鼓勵手段有：

- (A)團費補貼 (B)包機、廣告、贈品、主題晚宴、風味餐食、住宿等補助 (C)官方參與、提供迎賓活動、免費教育旅遊 (D)以上皆是
30. 馬斯洛理論中，需求被接納、獲得友情、被愛欲望等相關情感，可以解釋為滿足下列何種需求的行為？
(A)安全需求 (B)生理需求 (C)自尊需求 (D)社會需求
31. 為招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
32. 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：
(A)為同中有異的與會者，提供時間最低的更多參與價值 (B)減少大型會議室的租用 (C)避免大型集會在服務上品質不易盡如人意的風險 (D)技巧地規避大型會議需要重量級講員的困難
33. 獎勵旅遊產品要獨特的原因：
(A)表達企業主對旅客的感謝 (B)表現業主的誠意 (C)讓員工感受到業主對他們的關愛，生出為企業更加努力的意願 (D)以上皆是
34. 請問第一個真正具有國際規模的展覽會在哪一國舉行？
(A) 英國 (B) 美國 (C) 法國 (D) 德國
35. 下列有關展覽會選定參展廠商目標招募對象的敘述，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
36. 團體返回後，應召集相關人員舉行檢討會議。檢討的目的是：
(A)批評 (B)抱怨 (C)論功行賞 (D)對該次獎勵旅遊提出應加強的建議
37. 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
38. 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？
(A)供需結構 (B)競爭態勢 (C)舉行時間 (D)發展策略
39. 人在表現優越的時候需要被大家認可，除了確定他被組織與同儕認同外，更需要周遭在認同其行為時獲得的：
(A)生理的滿足 (B)心理的滿足 (C)「我比人強」的優越感 (D)實在的獎品
40. 哪一項非召開會議的功能？
(A) 協調溝通 (B) 服務本位 (C) 整合人心 (D) 社交聯誼

41. 下列在展覽行銷中，有關參展廠商招募與參觀觀眾招募所作的敘述中，何者為正確？
(A)參展廠商比參觀觀眾重要 (B)參觀觀眾比參展廠商重要 (C)展覽主辦單位比參展廠商與參觀觀眾重要 (D)參展廠商與參觀觀眾等同重要
42. 傅蘭琪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？
(A)保健因子 (B)激勵因子 (C)兩者影響力一樣大 (D)兩者皆無影響力
43. 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
44. 當會議與展覽併同舉行時，無論兩者間是否有主從關係：
(A)會議議程應以方便會議與眾參觀展覽為設計原則(B)兩者舉行地點應以盡量靠近為選定原則(C)會議與眾應是展覽的主要目標觀眾對象 (D)以上三項都正確
45. 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
46. 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：
(A)行銷資源分配於此 (B)行銷人員由此招募(C)行銷作為實施於此 (D)行銷績效由此產出。
47. 旅遊業者參與獎勵旅遊事務收穫以 6R 表示，何者不是 6R 之一？
(A) Revenue (B) Reputation (C) Responsiveness (D) Return
48. 什麼是促成參展廠商願意繳費參加展覽的最重要動機？
(A)參展效益得以實現的信心 (B)攤位價格的高低 (C)主辦單位的行政服務 (D)其他
49. 會議行銷人可以，也必須運用方法，以擴大會議與眾的潛在招募對象。此時，會議行銷人：
(A)須注意由此召得的會議與眾，是否與該會議的性質與主題相合 (B)如不得已，可以選用與會議性質與主題不一致的方法與工具 (C)為此所使用的方法，不能同一會議使用兩種(含)以上，以免因而錯亂會議的定位 (D)以上三項都正確
50. Table(1997)所規劃的四類會展產業範疇為？

- (A) 展覽場地擁有者、主辦單位、觀展者、參展廠商 (B) 會議展覽顧問公司、會議展覽佈置工程、翻譯服務、會議展覽場地 (C) 會展服務、會展和展場、交通和運輸、觀光和都市發展 (D) 場地設計業務、廣告設計業務、公關業務、印刷業務
51. 下列俗語中何者最適用於說明績效目標訂定的必要？
 (A) 考試領導教學 (B) 棒頭底下出孝子 (C) 重賞之下必有勇夫 (D) 人爭一口氣、佛爭一柱香
52. 亞洲地區唯一的旅遊會議專業展是：
 (A) ITF (B) IT&CMA (C) KOTFA (D) IMEX
53. 展覽具有開放性、前瞻性以及下列哪兩種特性？
 (A) 同質性、交換性 (B) 變換性、相互替代性 (C) 變換性、表現自我特色 (D) 同質性、相互替代性
54. 展覽行銷人應如何看待團體參展(參觀)籌組人？
 (A) 是重要的中間商 (B) 是重要的參展(觀)者 (C) 是重要的中間人，也是重要的參展(觀)者 (D) 是重要的參展(觀)者，也是次要的中間人
55. 企業主在制定行銷計畫與訂定辦法時，要注意預算外：
 (A) 競賽的公平性 (B) 獎品吸引力 (C) 競賽辦法 (D) 以上皆是
56. 會展產業價值鏈中分上、中、下游，請問下列何者為中游？
 (A) 公關業務 (B) 活動規劃業務 (C) 廣告設計業務 (D) 展覽服務業
57. 一個會議在舉中期間也需要進行行銷工作的原因之一是：
 (A) 促使與會者瞭解會議舉行的緣起與目的 (B) 確保與會者的參與熱忱持續到會議結束的一刻 (C) 激勵與會者在各種集會進行時都熱烈發言 (D) 儘量便利每位與會者認識其他的與會者
58. 獎勵旅遊可以讓從業人員除了滿足其生理需求外，也可滿足其受人尊敬的心理需求和成就感。這滿足了下列何項的效果？
 (A) Repeat 經驗共享 (B) Morale 提升員工士氣與凝聚力
 (C) Revenue 提供較高總體利益 (D) Responsiveness 對內部作業總體檢
59. 台北世貿中心的使用率達 85%，與世界平均 43% 的比率相比，以高出許多但至今未能回收投資額。此一現象反映出？
 (A) 政府政策主導性 (B) 經貿功能 (C) 展示功能 (D) 指導消費
60. 許多專業性會議在議程訂定方面，訂有向目標對象徵求建議(如徵求論文、海報報告等)的作法。會議主辦人採取此項作法的目的是：
 (A) 表現主辦單位的開放 (B) 增加會議的參與價值 (C) 提供機會給願將個人所見與人分享者 (D) 填補多餘的時間
61. 馬斯洛理論認為人類最原始的基本需要為：

- (A)安全需求 (B)生理需求 (C)自尊需求 (D)社會需求
62. 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) 具有足夠的市場價值 (C) 參觀者越來越重視訊息與技術交流 (D) 以上皆是
63. 當會議中的報告人是由公開召募方式獲得時，許多會議都對此等報告人：
(A)給予不同程度與內容的費用優惠 (B)收取報告發表費 (C)要求分攤因此所發生的費用（如場地租金等）(D)以上三者都不正確
64. 下列何者不屬於觀光業之五大特性？
(A)異質性 (B)易滅性 (C)不可分割性 (D)穩定性
65. 通常指非營利組織，即使沒有組織會議的專職人員，通常有會員的管委會。此為哪一類會議的主辦單位？
(A) 公共部門類 (B) 公商業企業類 (C) 公司類 (D) 協會類
66. 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
67. 馬斯洛理論中，樹立自我形象的欲望及渴望由成就中得到他人的了解、重視與欣賞，可以解釋為滿足下列何種需求的行為？
(A)安全需求 (B)生理需求 (C)自尊需求 (D)社會需求
68. 依照專業參展者的參訪目的，可分為四類，其中一類專業參訪者不負責採購卻具有採購影響力，或採購潛力。此為下列哪一種專業參訪者？
(A) 尋求解答者 (B) 學習者 (C) 買主 (D) 應酬者
69. 我國政府針對會展活動的舉行定有補助辦法，其補助原則是：
(A)只補助國際性的會展活動 (B)訂有補助金額的上限 (C)訂有受補助資格的下限 (D) 以上三項都正確
70. 以下的選項中哪些是較屬於會展營運模式中的需求端？ a. 政府機構 b. 協會 c. 廣告公司 d. 旅遊業 e. 旅行業
(A) a. b. (B) a. c. d. (C) d. e. (D) a. b. e.
71. 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
72. 旅遊業者規劃獎勵旅遊時，執行團隊中的靈魂人物是：
(A)主控人員 (B)副控人員 (C)後勤人員
(D)強調團隊合作，每個成員都重要

73. 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
74. 會議與展覽都定有專屬的名稱，因此有關品牌行銷的課題：
(A) 對於會展活動而言全不適用 (B) 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 (C) 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 (D) 以上三項都不正確
75. 下列何者描述「品牌與創新」者為誤？
(A) 企業發展的重要策略 (B) 花費不高，應大力推動 (C) 需要企業主的深切體認 (D) 短期內不容易看到效果
76. 台北國際商展、科隆自行車展等，以上為哪一種參觀對象的分類？
(A) 消費者展 (B) 專業商展 (C) 特定活動 (D) 綜合展
77. 最容易招募到的展覽觀眾，是來自於：
(A) 全球 (B) 本區 (C) 本地 (D) 行銷努力最多的地區。
78. 獎勵旅遊可以提高旅遊業者總體收益的原因是：
(A) 客戶強化旅遊產品內容與品質 (B) 當量大之時，業者可以大量採購方式以降低成本 (C) 與同規模之旅行團業務相較，業者用於洽談、接單的單位人力時間皆較低廉 (D) 以上皆是
79. 下列哪一項非日本對會展產業所提供最具代表性的推動措施？
(A) 採取中央與地方均衡發展策略 (B) 利用專責機構負責發展地區會議產業 (C) 政府專責一切運作 (D) 特別推動「會議產業法」
80. 有關會議招募行銷的敘述，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，進行招募工作 (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招募的對象 (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
81. 「對參展者而言，可將展示物品推銷或介紹給參觀者，有機會建立與潛在顧客的關係；對參觀者而言，可從展覽中獲得有興趣或有用的資訊。」請問這是下列何者的定義？
(A) 會議 (B) 活動 (C) 展覽 (D) 會議
82. 一個會議的舉行的時間及地點決定後：

- (A) 已經足以進行招募行銷，因為議程不是招募的重要事項 (B) 應待議程內容完全確定後再開始招募，因為議程才是促成潛在與眾作成參加決定的重要因素 (C) 在需要爭取時間的情況下，可於議程內容大體確定後，將此議程以「暫定議程」的方式標明後進行招募 (D) 以上三項都不正確
83. 會議展覽服務業(M.I.C.E.)所創造出的權益是屬於
(A)股東 Stockholders (B)關係業者 Stakeholders (C)專業經理人 (D)員工
84. 下列哪一項不是會議功能所產生的價值?
(A) 統一意志 (B) 貫徹經營方針(C) 激發創意 (D) 計畫立案
85. 許多專業性的會議在議程中，訂有「研修議程」(Tutorial)，其目的應是：
(A)填補多餘的時間 (B)擴大招募基礎 (C)增進與會者間的互動機會 (D)增加議程內容的多樣性
86. 下列何者不為 X 理論所贊同？
(A)人性本善 (B)管理者必須強迫、處罰來達到目標 (C)員工天生不喜歡工作
(D)多數員工重視安全保障，很少具有野心
87. 下列何者非展覽周邊服務業？
(A) 展品運輸報關業 (B) 旅行業 (C) 廣告業 (D) 展覽攤位裝潢業
88. 展覽行銷工作：
(A)在完成參展廠商招募目標後即停止 (B)在展覽開始舉行後即可停止 (C)在展出報告完成後即可停止 (D)在下屆展覽招募行銷工作展開後，方可停止
89. 台灣發展獎勵旅遊的因應策略簡約來說：
(A) AIITOQ (B) LOCATION (C) SWOTS (D) TOEIC
90. 下列何者為經濟部商業司對國際會議的定義？
(A)與會人員來自 5 國以上，人數達 100，國外人士占與會人數佔總人數 40%或 80 人以上 (B) 參加會議國家達 3 國以上、人員達 50 人以上、定期舉行 (C) 五國以上的外國人，人員達 300 人以上，會期天數需達三天以上 (D) 參加會議人員達 50 人以上，外國與會人數須達全體參與會議人員的 20%以上
91. 影音廣告多使用於：
(A)專業展 (B)消費展 (C)國際會議 (D)無特定主題的會議
92. 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
93. 下列何者為展期工作中的項目？
(A) 工作檢討 (B) 新聞稿發佈 (C) 廣告宣傳 (D) 網站線上展出
94. 展覽行銷人對成功招募展覽會參觀觀眾，應抱持的態度與認識是：

- (A)只要多作廣告就可以有效 (B)只要以嚴肅的態度作週詳的召募行銷規劃就可以有效 (C)只要有足夠的廠商參展就可以有效 (D)只要多辦絢麗的週邊活動就可以有效
95. 宏碁集團創辦人施振榮的微笑曲線理論認為，企業獲利的最佳手段為：
(A)品牌與創新 (B)降低成本與低價策略 (C)服務從售後開始 (D)通路優先
96. 參展廠商召募行銷應在展前多久展開，最主要的考量因素是下述各項中的何者？
(A)主辦單位的作業需要 (B)參展廠商的決策作業時程 (C)展場檔期的確定時間 (D)無利害相關團體的意見
97. 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
98. 中華國際會議展覽協會在專業展中所使用的英文名稱“exhibition”為下列何意？
(A)展出項目包括生產製作機具在內的展覽 (B)藉由演出表現產品特色
(C)一般展覽之統稱 (D)向主辦單位提供全方位服務
99. 最會影響展覽服務價格水準的因素是：
(A)相同性質展覽中規模最大者的定價水準 (B)鄰近地區競爭性展覽的定價水準
(C)提供的成本 (D)獲利的目標
100. 企業主參與獎勵旅遊事務收穫以 6R 表示，何者不是 6R 之一？
(A)Recognition (B)Reward (C)Raise (D)Return
101. 國內展的定義為來自 200 哩以外之觀眾超過 70%稱為全國展覽，若少於 60%者稱為？
(A)專業展 (B)國際展 (C)專業商展 (D)地區展
102. 下列有關參展廠商召募行銷的敘述，何者正確？
(A)展前行銷的目的，主要在促成目標廠商作成參展決定 (B)展中行銷的目的在建立並加強參展廠商對本展的忠誠 (C)展後行銷的目的在維持目標廠商對本展的鍾愛與忠誠 (D)以上三者皆正確
103. 「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)勒溫及托爾曼的認知理論 (D)滿足理論
104. 提供會展產業相關產業之行業資料庫及獎勵廠商建置線上服務系統，以上為

下列哪一計畫的實行？

- (A) 會議展覽服務業經營管理輔導計畫 (B) 會議展覽服務業人才認證培育計畫 (C) 會議展覽服務業資訊網建置計畫 (D) 會議展覽服務業經貿交流計畫
105. 當會議與展覽同時舉行時，
(A)應以會議的成功作考量，重點行銷會議 (B)應以展覽的成功作考量，重點行銷展覽 (C)應以兩者都獲成功作考量，分別進行行銷活動(D)應以設計兩者同時舉行的目的作作考量，決定行銷重點及作法
106. 當展覽附屬於會議舉行時，展覽參展廠商的召募應：
(A)以會議與眾的最大需求選取目標對象 (B)以主題產業的完備為原則選取目標對象(C)以公開召募為不得已時的備案(D)以上三項都正確
107. 激勵人的上進心有很多種方法，最基本的是「紅蘿蔔與棍子」方式，其中的「紅蘿蔔」在實務上是：
(A)獎金與加薪 (B)升級或教育訓練機會 (C)鼓勵與對其表現的認可 (D)以上皆是
108. 獎勵旅遊對企業主和旅遊業者的影響是：
(A)雙方受利 (B)雙方受害 (C)看情形不一定 (D)以上皆非
109. 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
110. 旅遊業者在參與獎勵旅遊事務時，更會體認到：
(A)服務全面性的重要 (B)不得容許服務落差存在的重要 (C)一項不確實的服務會導致全盤事務的失敗 (D)以上皆是
111. 將開發之新產品予以修飾後，分別用於不同客戶專案之中，是：
(A)降低研發成本 (B)減短產品上市準備期 (C)擴大產品差異化的競爭優勢 (D)以上皆是 的好策略
112. 行銷活動的經營環境評估，其中在競爭者面要進入市場前應先觀察：
(A)賣方、買方、旅遊目的地 (B)賣方、買方、政治法規 (C)賣方、買方、社會文化 (D)賣方、買方、科技 的資訊
113. 下列何者為展覽的原始形式？
(A) 集市 (B) 工業展覽會 (C)貿易 (D)交換物品
114. 使用公關工具進行會展行銷時，行銷人最要特別注意的是：
(A)使用成本被人質疑 (B)使用結果具有風險 (C)使用時機不易捏拿 (D)使用效果不易計算

115. 為使展覽行銷效益達到最大，下列那個敘述最為正確？
(A)按行銷活動內容各設專責團隊 (B)按目標對象屬性各設專責團隊 (C)按各個階段的不同需求各設專責團隊(D)按可使用人力各成獨立窗口
116. 文宣摺頁用於會展召募行銷時，第一個要注意的事是：
(A)如何有效發送 (B)如何讀來有趣 (C)如何看來美觀 (D)如何容易保存
117. 企業主辦獎勵旅遊時，其財務來源有：
(A)行銷費用提撥 (B)單位商品利潤轉提 (C)列入受獎人綜合所得以抵稅(D)以上皆是
118. 下列何者不屬獎勵旅遊特殊服務之範疇？
(A)主題宴會 (B)簽證費用 (C)場地租賃與布置 (D)建立通訊中心
119. 後述那一項最能正確描述一個展覽會的目標市場所在：
(A)產業主題 (B)地理涵蓋 (C)觀眾背景 (D)以上三者都正確
120. 滿足對安全的工作環境和心理環境的需要，在馬斯洛理論中被列為下列何種需求之範疇？
(A)安全需求 (B)生理需求 (C)自尊需求 (D)社會需求
121. 會議展覽服務業是全球新興潛力的行業，具有「三高三大三優」之特徵，其基本上有三個明顯特徵，請問下列何者正確？
(A) 概念化運作、品牌成立、公共性與市場化的雙重屬性 (B) 高投資額、高報酬率、服務本位 (C) 高創新效益、高附加價值、高成長潛力 (D) 創造就業機會大、產業關聯大、產值大
122. 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？
(A)英國 (B) 德國 (C) 法國 (D) 義大利
123. 會議與展覽併同舉行的原因計有：
(A)為對目標召募對象提供更大的參與效益 (B)為免展覽或會議得以獨立舉行 (C)為節約分別行銷的成本與工作負擔 (D)以上三項都正確
124. 獎勵旅遊需要業者大量的提供專業智識讓客戶選擇使用，因此間接的提高業者下列何項的重要性？
(A)成本控制與低價導向 (B)鼓勵員工發揮創意以提高產能
(C)售後服務 (D)個人 one on one 服務的重要性
125. 會展產業屬服務業，而服務屬性會隨時空改變，然而要保持其服務水準不易，因此舉辦會展有其獨特性。以上敘述為會展產業的哪一項特性？
(A) 整合性 (B) 異質性 (C) 不可分割性 (D) 無法儲存性
126. 有關專業展覽會界定目標觀眾的方法，下列敘述何者不正確？

- (A)可由主題產業的行銷通路發掘 (B)可由與主題產業所關聯的生活型態發掘 (C)可由主題產業的關聯活動發掘 (D)可由主題產業所屬企業的活動內容發掘
127. 會展展覽網站(頁)設置後，會展行銷人的第一要務是：
(A)廣泛宣告網站(頁)所在 (B)維護網站(頁)正常運作 (C)隨時進行內容更新 (D)及時回覆諮詢請求
128. 舉辦會展有經貿功能、展示功能、服務功能以及？
(A) 交流功能 (B) 塑造品牌 (C) 指導消費 (D) 以上皆是
129. “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
130. 為了確定獎勵旅遊產品的品質和企業主的認知相符合，旅遊業者和企業主不可省卻的執行步驟為：
(A)書面描述產品品質 (B)面對面溝通以確認產品品質 (C)執行行前探勘與履勘作業 (D)請第三人見證產品品質
131. 下列何者不是韋氏國際辭典對“觀光”的解釋？
(A)商業、娛樂與教育等目的 (B)有計畫的拜訪 (C)旅程期間 (D)抵達目的地是最終的目標
132. 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
133. 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
134. 劍橋字典對 Incentive 一字有著註解，所表達的是下列何者會讓接受指令的一方樂於執行指定的事項？
(A)命令 (B)懇求 (C)鼓勵 (D)欺騙
135. 以下敘述正確者為？a. 德國為世界第一的展覽大國 b. 德國展覽中心在 1999 年後重心放在美洲、中東和非洲 c. 全球三分之二的全球性主導商品之貿易展覽在德國展出 d. 位在歐洲中心與擁有龐大消費市場。
(A) a. c. d. (B) a. b. d. (C) a. b. c. (D) a. b. c. d.
136. 會展行銷規劃的第一步是：

- (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。
137. 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
138. 展覽的主體由下列那三要件所組成?
(A) 展出時間、場地、商品 (B) 意見領袖、消費者、主辦單位 (C) 參展廠商、主辦單位、參觀展覽者 (D) 展出時間、主辦單位、消費者
139. 馬斯洛理論中，達成自我願望的需求，個體充份施展自己潛能，並盡可能實現自己的願望，為最高層次的需求，此需求為何種需求?
(A) 安全需求 (B) 自我實現的需求 (C) 自尊需求 (D) 社會需求
140. 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
141. 展覽會在進行參展廠商召募時，有關行銷工具的選擇，應該：
(A) 多用大眾行銷工具 (B) 多用小眾行銷工具 (C) 多用公關行銷工具 (D) 組合使用各種工具
142. 一般而言，一般參展商有三分之二的訂單來自老客戶，這一類專業參訪者多為老客戶。以上所描述的專業參訪者為?
(A) 尋求解答者 (B) 學習者 (C) 買主 (D) 應酬者
143. 下列何者不為 Y 理論者所贊同?
(A) 人性本善 (B) 員工會逃避責任 (C) 當員工認同目標時，會自我要求和自我控制 (D) 群體中存在具有優秀決策能力的人
144. 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
145. 下列何者對展覽會有很大的影響力?
(A) 專業買主 (B) 意見領袖 (C) 應酬者 (D) 以上皆是
146. 會議主辦單位常對與會者贈送紀念品，這種紀念品贈送的主要目的之一是：
(A) 表示主辦單位的友善 (B) 會議出席費的折扣 (C) 使無形的與會經驗有形化 (D) 以上三項都不正確
147. 當會議與展覽併同舉行時，無論兩者間是否有主從關係：
(A) 各種價格的訂定應以獨立為之為原則 (B) 各種行銷工具的使用應以獨立為之為原則 (C) 各種目標對象的召募應以獨立為之為原則 (D) 以上三項都不正確

148. 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
149. 下列何者非會議周邊服務業中的代理中介機構？
(A) 公共部門 (B) 專業會議組織者 (C) 會議生產公司 (D) 舉辦地管理公司
150. 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
151. 會展活動爭取贊助廠商的最主要目的是：
(A)為新聞媒體提供報導會展活動的素材 (B)獲取額外的資源供給來源 (C)
經由贊助廠商爭取會展與眾 (D)向會展參與者展示主辦單位在相關產業內的人際關係
152. 需求層次理論之主要代表人為：
(A)佛洛依德 (B)馬斯洛 (C)亞得佛 (D)佛蘭琪
153. 我國政府為輔導會展產業的發展，對何種會展活動訂有補助辦法？
(A)國際性的會展活動 (B)重要產業的會展活動 (C)有發展潛力產業的會展活動 (D)有成長潛力的會展活動
154. 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
155. 按前後順序的特點，下列哪一組的國家擁有「政府資金挹注和協會協調整合及政府扶植與獎勵措施」的條件？
(A) 英國、美國 (B) 德國、法國 (C) 德國、新加坡 (D) 新加坡、法國
156. 會展產業價值鏈中下游屬於哪種屬性？
(A) 會展行銷 (B) 文化娛樂表演業務 (C) 執行廠商 (D) 策劃、主辦單位
157. 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：
(A)人天生不平等 (B)旅遊團費不夠用 (C)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 (D)以上皆非
158. 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
159. 與一般商品或勞務的行銷比較，會議行銷具有的特點為：
(A)行銷對象封閉有限 (B)行銷工具相對有限 (C)行銷彈性被迫有限 (D)以

上三項都正確

160. 藉由會展達成的交易，其每一客戶的平均成本約需 35 英鎊，僅為其他管道所花費成本的 16%。以上的敘述是指產業經濟效益中的哪一項？
(A) 提供行銷利器 (B) 增加就業機會 (C) 創造強大的市場消費力 (D) 帶動相關產業
161. 為了確定獎勵旅遊產品的品質和企業主的認知相符合，旅遊業者和企業主不可省卻的執行步驟為：
(A) 書面描述產品品質 (B) 面對面溝通以確認產品品質 (C) 執行行前探勘與履勘作業 (D) 請第三人見證產品品質
162. 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
163. 會展營運模式即供給端→需求端→消費端，請問下列何者符合這樣的模式？
(A) 周邊服務產業→主辦單位→參與者或與會者 (B) 主辦單位→參與者或與會者→周邊服務產業 (C) 參與者或與會者→主辦單位→周邊服務產業 (D) 周邊服務產業→參與者或與會者→主辦單位
164. 以下四個條件哪些是會展營運模式中供給端的條件？ a. 專門提供會展活動所需的交易項目 b. 其中含有核心和周邊廠商 c. 統籌會展一切事務 d. 展覽參觀者與會議與會者
(A) a. b. d. (B) a. b. c. (C) a. b. (D) a. d.
165. 展覽行銷人在規劃參觀觀眾招募時，下列有關參展廠商的敘述，何者正確？
(A) 是可以攜手合作共同進行觀眾招募的夥伴 (B) 是不相關的第三者 (C) 是麻煩的製造者 (D) 以上三項都不正確
166. 根據 ICCA 和 UIA 的統計資料顯示，2004 年舉辦國際會展城市中第一名為？
(A) 新加坡、維也納 (B) 柏林、香港 (C) 巴塞隆納、巴黎 (D) 布魯塞爾、維也納
167. 觀光產業的營運目標除了“客戶滿意”之外，另外一個是：
(A) 股東權益 (B) 產品多樣化 (C) 永續經營 (D) 合理利潤
168. 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.
169. 下列展覽會召募參展廠商時所發佈的事項中，何者對於促成目標對象作成參展決定的助力最小？
(A)展覽會的預定舉行日期 (B)成功促成接觸有效需求的保證 (C)展覽舉行地點所代表的商機 (D)產業內指標性或多數廠商的參展決定
170. 為促進台灣地區會展產業發展，下列哪一個不是相關法規政策？
(A) 稅務優惠減免 (B) 補助款 (C) 協助、輔導 (D) 國外來台免簽證
171. 下列有關會展行銷績效目標的敘述，何者不正確？
(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
172. 建立學習評估、建立會展專業人才資料庫及辦理國際性專題演講，以上為哪一計畫的實行？
(A) 會議展覽服務業經營管理輔導計畫 (B) 會議展覽服務業人才認證培育計畫 (C) 會議展覽服務業資訊網建置計畫 (D) 會議展覽服務業經貿交流計畫
173. 旅遊業人員流動的重要因素有：
(A)社會地位低與缺乏成就感 (B)工作時間長與工作環境不佳 (C)惡質競爭以致投入與回收不成比例 (D)以上皆是
174. 風險管理在會展行銷規劃中，應是：
(A)規劃事項的一環 (B)規劃事項的例外 (C)A、B 兩項都正確 (D)A、B 兩項皆不正確
175. 下列何者為會展產業資源的整合運用？
(A) 創造商業機會 (B) 更新或加強軟硬體的設備 (C) 行銷人才的培養與會展相關創意 (D) 以上皆是
176. 一個會議在何時、何地、何人、有何、為何等五方面的具體事實，表現在會議行銷上的意義是：
(A)會議舉行的基本要素 (B)會議發生的五大構面 (C)會議參與價值的五大起點(D)會議進行的五大主軸
177. 目標參展廠商雖然「心動」但不行動的下列原因中，那個原因較無法特別設計預防及克服方法？
(A)信心不足 (B)決心不足 (C)能力不足 (D)便利不足
178. 旅遊出發前應考量要保的保險除履約與責任險外，尚有：

- (A)是否額外加保旅遊平安險和意外醫療險 (B)旅遊不便險 (C)兵險與交通工具險 (D)以上皆是
179. 曾經在 2005 年被 UIA 及 ICCA 評選亞洲最受歡迎的會議城市為?
(A) 東京 (B) 新加坡 (C) 上海 (D) 台北
180. 下列哪一國為亞洲國際會議大國其交通便捷、軟、硬體設備都是世界一流水準?
(A) 日本 (B) 中國 (C) 汶萊 (D) 泰國
181. 以人員(電話)拜訪為工具，對重要對象進行會展參與招募的開始時機應是：
(A)此項策略決定之時，以及早獲得「名人證言」的助益 (B)執行人員訓練完成之時，以免難以避免的挫折感，傷害執行人員的信心與決心 (C)待執行人員已有執行經驗後開始，以使執行人員更有及時處理各種情況的能力 (D)當重要對象已初步顯示有參與可能之時，以促成參與決定的儘早順利作成
182. 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
183. 與通俗產品相較，獎勵旅遊需要業者投入更多的專業智能，如產品內容細節、團隊執行能力、人員體力和：
(A)人員情緒智商 (B)後勤支援 (C)應變機智 (D)以上皆是
184. 台灣發展獎勵旅遊條件中，我們的優勢有：
(A)美食、文化深度與廣度高 (B)美麗自然景觀、人民和善與治安良好
(C)宗教節慶、高科技環境與地理位置優越 (D)以上皆是
185. 需求層次理論之五種主要需求排列依序自底部起為：
(A)生理→安全→社會→自尊→自我實現 (B)自我實現→自尊→社會→安全→心理 (C)生理→心理→社會→自尊→自我實現 (D)以上皆是
186. 下列哪一個會議場地是現今台灣能容納最多人的地方?
(A) 國父紀念館 (B) 小巨蛋 (C) 台北市國際會議中心大會堂 (D) 國父紀念館
187. 下列哪一國因石油危機後，決定以發展會產業已帶動觀光服務業的整體發展，而其中此國所提供的有利條件為扶植產業發展所需各項專業人才、致力發展成為全球購物中心以及完善、安全與便利的金融體系?
(A) 法國 (B) 德國 (C) 新加坡 (D) 美國
188. 下列有關專業展的企業觀眾的特性描述何項不正確?
(A)參觀展覽的時間與費用，通常都不是由其本人負擔 (B)參觀展覽的同時負有必須達成的任務 (C)對於展覽的主題產業沒有深入的認識 (D)通常習慣於經由特定程序進入展覽會場
189. 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以及發揮強

- 大的政治與經濟影響力，以上為哪一國對會展產業所提出的國家政策？
- (A) 日本 (B) 德國 (C) 新加坡 (D) 美國
190. 下列何者不是展覽會命名的重要考量事項？
- (A)顯示定位的所在 (B)簡單、好記、易傳(轉)述 (C)是否容易翻譯成外文 (D)與相同或類似展覽的差異所在。
191. 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是：
- (A)對財務結構的影響 (B)對潛在觀眾參觀意願的影響 (C)對相對競爭態勢的影響 (D)以上三者都需考量
192. 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
193. 獎勵旅遊業者規劃活動時，需要強有力的團隊執行，其中最重要的成員是：
- (A)主控人員 (B)副控人員 (C)後勤人員 (D)強調團隊合作，每個成員都重要
194. 綜合其經濟發展程度、國家地理位置等客觀條件，可知其美國、法國、新加坡及日本皆具備下列哪些條件？
- (A) 經濟較發達、具有特色的城市產業 (B) 豐富的旅遊資源、服務業發達 (C) 開發程度較高 (D) 以上皆是
195. 績效= $f(x,y,z)$ 的函數。 x,y,z 分別是：
- (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
196. Paragon 為後繼者立下學習典範的目的是：
- (A)複製成功 (B)經驗共享 (C)讓後進者有學習的目標 (D)以上皆是
197. 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)以上三項都正確
198. “Incentive”除了鼓勵與激勵的意義外，更具有：
- (A)引發動機 (B)權力分派 (C)財務控管 (D)產品研發 的功能。
199. 會展行銷的時間規劃與管理，最需要掌握：
- (A)完成行銷規劃所需的時間 (B)行銷活動開始執行的時間 (C)各項工作完成所需時間及與其他工作間的關聯性 (D)以「日」或以「週」為管控基礎的選擇
200. 依照 Hunziker & Kraph 對觀光的定義，觀光客可否在觀光期間從事商業行為？

(A)可以 (B)不可以 (C)由觀光客自己決定 (D)依當地政府規定