

會展概論答案

- A 1. 經濟部商業司「會議展覽服務業發展計畫」中之子計畫「資訊網建置計畫」建置了我國會議展覽服務業之入口網站，其網址為
(A) www.meettaiwan.com (B) www.micetaiwan.com.tw
(C) www.meettaiwan.gov.tw (D) www.taiwanmice.gov.tw
- B 2. 「B2C、C2C」請問正確的解釋為？
(A)「企業對消費者的商業交易、企業對企業的商務」 (B)「企業對消費者的商業交易、個人對個人的商務」 (C)「個人對個人的商務、企業對企業的商務」 (D)「企業對企業的商務、個人對個人的商務」
- D 3. 請問下列哪一項計畫培訓種子師資？
(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
- B 4. 「中華民國對外貿易發展協會」在會展產業中可被歸類為
(A) Exhibitor (B) PEO (C) DMC (D) CVB
- A 5. 政府機構中負責大型會展場地興建與管理的部分是哪一政府機構負責的？
(A)經濟部 (B)衛生署 (C)財政部 (D)體委會
- A 6. 下列哪一個國家為了有效推動會展業，特別建立「會議產業法」？
(A)日本 (B)中國 (C)韓國 (D)泰國。
- B 7. 部份展覽對於特定的目標參觀觀眾，訂有代付參觀差旅費的優惠辦法。展覽行銷人採取此項舉措的目的主要是：
(A)幫助弱勢目標觀眾 (B)以最大的誠意招募指標性目標觀眾 (C)擴大目標觀眾招募基礎 (D)以上三項都正確
- D 8. 國內展覽公司辦理內銷型消費展，經常委託公關公司辦理宣傳造勢活動；如透過辦理比稿會議案甄選公關公司，參加比稿公關公司需提出企畫書內容，以下何者可不包含在內：
(A)預算表 (B)工作進度表 (C)人力配置 (D)貴賓邀請
- B 9. 電玩業者為繼續保有強大的成長力道，已表示將多開發專攻年輕女性市場的新電玩題材。這項訊息對電玩類展覽的行銷人而言，它所帶來的最重要啟示應該是：
(A)電玩遊戲的主題將更具多樣性 (B)需要將年輕女性納入消費性電玩展的觀眾招募目標對象中 (C)電玩產業仍會持續成長 (D)需要將年輕女性納入專業性電玩展的觀眾招募目標對象中

- A 10. 2006 年 5 月我國曾在泰國、馬來西亞、印尼、印度等地，為台北專業展舉行說明會。這類海外說明會的舉辦目的，最宜訂定為：
(A) 召募參展廠商 (B) 召募參觀觀眾 (C) 召募採訪媒體 (D) 召募贊助廠商
- D 11. 為增加「電腦影音多媒體家電展」的參觀民眾，主辦單位可舉辦下列何種活動有助於加強宣傳：
(A) 世界影音家電品牌大出清 (B) 50 吋電漿電視大 Fun 送 (C) 優惠參觀券下載 (D) 以上皆是
- C 12. 當為「網際網路網頁設計研討會」設計會議專屬網頁時，這個網頁設計的最高指導原則應是？
(A) 最高深設計技術的展現 (B) 能使潛在與會者在使用時，深感自身能力的嚴重不足 (C) 最輕鬆、親切的瀏覽環境 (D) 以上三項都正確
- D 13. 對一個長年身處「壓力鍋」環境下的人而言，何種獎項對他們具有吸引力？
(A) 購物 (B) 美食 (C) SPA 美容 (D) 以上皆可能都是
- C 14. 國際上現今最為各國接受，並大力推展的「Sustainable Tourism」，中譯為何？
(A) 大眾觀光 (B) 生態觀光 (C) 永續觀光 (D) 社會觀光
- A 15. 獎勵旅遊行銷的通路有：
(A) 旅展與國際組織 (B) 捷運站人潮處 (C) 電腦展與車展 (D) 夜市
- A 16. 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
- D 17. 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 18. 展覽行銷人在召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
- B 19. 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
- B 20. 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.

- D 21. 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 22. 「2008 年台北數位影音大展」將於 7 月 11 日至 14 日登場，下列何者為行銷人宜多加運用的宣傳媒介：
(A)機場燈箱廣告 (B)國際影音專業雜誌 (C)國內平面、廣播、電視廣告 (D)國外影音相關展覽
- A 23. 激勵作用的過程中，驅動力的來源是：
(A)需求未滿足所形成的緊張壓力 (B)尋求滿足的行為 (C)減輕壓力 (D)以上皆非
- B 24. 下列那一單位與獎勵旅遊規劃與執行無關？
(A)DMC (B)PEO (C)CVB (D)Travel agents
- D 25. 激勵就是引發動機。而動機與行為的關係是：
(A)相同動機可能引發不同的行為 (B)同一種行為可能由不同的動機所引發 (C)一種行為可能由多種不同的動機所共同驅使 (D)以上皆是
- A 26. 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.
- C 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
- B 28. 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
- C 29. 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.
- B 30. 下列那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 31. 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
- C 32. 下列哪一國因石油危機後，決定以發展會產業以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
- B 33. 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
- D 34. 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
- C 35. 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
- B 36. 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
- C 37. 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
- B 38. 參展廠商招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
- B 39. 當會議附屬於展覽舉行時，會議與眾的招募應：
(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
- D 40. 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
- B 41. 下列有關使用平面廣告做會展招募工具的敘述，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

- D 42. 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
- B 43. 需求層次理論之主要代表人為：
(A)佛洛伊德 (B)馬斯洛 (C)亞得佛 (D)佛蘭琪
- D 44. 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
- C 45. 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
- D 46. 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
- D 47. 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 48. 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
- D 49. 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
- D 50. 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