

會展概論試題

說明：本試卷共計 50 題，全部為單選題，每題 2 分，答錯倒扣 0.5 分。

- | 答案 | 題號 | 題目及選項 |
|-----|-----|--|
| 【3】 | 1. | 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 |
| 【3】 | 2. | 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 |
| 【2】 | 3. | 馬斯洛理論認為人類最原始的基本需要為：
①安全需求 ②生理需求 ③自尊需求 ④社會需求 |
| 【2】 | 4. | 下列何者描述「品牌與創新」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】 | 5. | 依據 2009 年觀光局對臺灣區域發展之定位，東部地區為下列何者？
①生活與文化的台灣 ②海洋與歷史的台灣 ③慢活與自然的台灣 ④產業與時尚的台灣 |
| 【2】 | 6. | 下列那一項展覽不適合進行獎勵旅遊之行銷？
① EIBTM ② COMPUTEX ③ IMEX ④ IT&CMA |
| 【1】 | 7. | 下列何者可以解釋為觀光業的易減性？
①機位與淡旺季需求 ②飲食與餐具 ③旅遊地與門票 ④主管機關與職權 |
| 【2】 | 8. | 下列何者非現階段觀光局營造臺灣之特色？
①行銷臺灣 ②讚美臺灣 ③美麗臺灣 ④特色臺灣 |
| 【1】 | 9. | 下列那一項旅遊展覽為目前世界最大規模之旅展？
① ITB ② IMEX ③ ITF ④ AIME |
| 【4】 | 10. | 觀光局為擴大實施來台獎勵旅遊措施，團體旅遊人數多少人以上可頒贈感謝狀或邀請該局長官蒞臨致詞？ ① 50 人 ② 100 人 ③ 150 人 ④ 200 人 |
| 【4】 | 11. | 晚會中經常使用何種燈光來創造奇幻與歡樂效果？ 1. 聚光燈 2. 雷射燈 3. 彩色燈 4. 迪斯科燈 5. 佛教之傳心燈
① 1, 3, 5 ② 2, 3, 4, 5 ③ 1, 4, 5 ④ 1, 2, 3, 4 |
| 【4】 | 12. | 下列何者非獎勵旅遊企畫書之必要內容？
①特殊活動安排 ②當地交通介紹 ③美食安排 ④專門技術參訪 |

- 廁所、道路為以下那一活動公共設施類型：
- 【2】 13. ①重點設施 ②基礎設施 ③消費設施 ④環境設施
- 以下何種非活動相關資訊供應管理工作：
- 【4】 14. 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
- 奧林匹克運動會、世界盃足球賽與世界博覽會為下列那種活動類型：
- 【1】 15. ①超大型活動 ②特色活動 ③重要活動 ④區域活動
- 活動主辦單位可透過下列哪些管道取得活動評估訊息？
- 【4】 16. ①活動場控人員 ②參與活動民眾 ③活動現場販售商品的商家 ④以上皆是
- 活動贊助規劃相關工作包括：1. 設定活動贊助金額與贊助企業家數 2. 建制活動贊助排他性、專屬性原則 3. 制訂活動贊助獎勵機制 4. 成立活動贊助專責團隊 5. 進行活動贊助開發訓練，以下請選出適當的規劃階段程序：① 1 2 3 4 5 ② 2 1 4 3 5 ③ 1 3 2 4 5 ④ 3 1 4 2 5
- 【1】 17.
- 活動排隊服務應考慮的後勤因素不包含下列哪一項？
- 【3】 18. 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
- 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？
- 【2】 19. ①尋求解答者 ②學習者 ③買主 ④應酬者
- 下列哪一組為德國展覽產業所提供的措施運作？
- 【1】 20. ①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
②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
③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
④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
- 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？ ①專業展 ②國際展 ③專業商展 ④地區展
- 【4】 21.
- 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？
- 【1】 22. ①法國 ②德國 ③新加坡 ④美國
- 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？
- 【3】 23. ①會議展覽服務業經營管理輔導計畫 ②會議展覽服務業人才認證培育計畫
③會議展覽服務業資訊網建置計畫 ④會議展覽服務業經貿交流計畫
- 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
- 【4】 24. ①整合性 ②異質性 ③不可分割性 ④無法儲存性
- 會展行銷的時間規劃與管理，最需要掌握：①完成行銷規劃所需的時間 ②行銷活動開始執行的時間 ③各項工作完成所需時間及與其他工作間的關聯性 ④以「日」或以「週」為管控基礎的選擇
- 【3】 25.

- 會議與展覽都定有專屬的名稱，因此有關品牌行銷的課題下列何者錯誤：①對於會展活動所呈現的滿意度，會獲得參與者的肯定，認同其品牌進而吸引參與者再次參加相同會展活動 ②會展活動的名稱就是該會展的品牌，必須全力為其塑造有利的形象 ③最好能為這個會展活動另外設計多個品牌名稱，以便於後續行銷活動的進行 ④會展活動的品牌在國際上因品牌交易而獲致龐大商業獲利的個案時有所聞
- 【3】 26.
- 下列那種產業不是會展產業的核心產業？
①展場管理公司 ②展覽館 ③航空公司 ④會議籌辦公司
- 【3】 27.
- 下列何者不是會議使用場地之類型
①大型郵輪 ②城市內大型旅館 ③大學校院 ④豪華電影院
- 【4】 28.
- 為行銷台灣會議展覽產業所成立之「台灣會展網」，其建置功能下列何者為非？
①具有線上商機媒合服務 ②具有台灣會展活動成功案例介紹
③具有線上申請台灣會展識別標誌之功能 ④具有會展線上成立參展廠商部落格之功能
- 【4】 29.
- 當兩個沒有從屬關係的會議與展覽併同舉行時：
①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
②參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參與者的意願及能力，設計具有優惠性質的費率
③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
④以上三項都正確
- 【4】 30.
- 風險管理在會展行銷規劃中，應是：
①規劃事項的一環 ②規劃事項的例外 ③A、B 兩項都正確 ④A、B 兩項皆不正確
- 【1】 31.
- 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
- 【2】 32.
- 下列有關參展廠商招募行銷的敘述，何者正確？
①展前行銷的目的，主要在促成目標廠商作成參展決定 ②展中行銷的目的在建立並加強參展廠商對本展的忠誠 ③展後行銷的目的在維持目標廠商對本展的鍾愛與忠誠
④以上三者皆正確
- 【4】 33.
- 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：
①為同中有異的與會者，提供時間最少的更多參與價值 ②減少大型會議室的租用
③避免大型集會在服務上品質不易盡如人意的風險 ④技巧地規避大型會議需要重量級講員的困難
- 【1】 34.
- 下列有關專業展的企業觀眾的特性描述何項不正確？
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
- 【3】 35.
- 下列有關會展行銷績效目標的敘述，何者不正確？
①必須完整包括總體目標的各個構面 ②各個績效構面必須訂有次級目標
③必須避免全部以量化方式表現 ④必須伴隨有各個階段的達成程度
- 【3】 36.
- 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參展廠商 ④以上三者都有幫助
- 【4】 37.

- 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：
- 【1】 38. ①發展策略的思考與決定 ②財務運作的思考與決定
③人氣凝聚的思考與決定 ④行政方便的思考與決定
- 對於學術研討會的行銷人而言，研修議程(Tutorial Program)最應是：
- 【1】 39. ①擴大招募基礎的手段之一 ②表彰會議定位的指標之一
③增加會議收入的來源之一 ④平衡與眾結構的對策之一
- 【2】 40. 下列何者不是展覽展名擬定之考慮因素？
①符合主題 ②要酷要炫 ③加入舉辦地之國家或城市名稱 ④容易讀容易記
- 「2008 國際半導體設備材料展」於網站設置參觀者報名區，說明參觀者若於 8/15 前登錄成功，並於展覽期間前往 SEMI Theater，即有機會獲得 HTC 鑽石機、EeePC 等獎品，還可事先收到識別證。下列何者非主辦單位此舉之主要目的：
- 【4】 41. ①以活動增加展覽話題性 ②省去參觀者現場排隊時間
③建立與贊助商合作機會，相互拉抬聲勢 ④為弱勢商品提高買氣
- 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布。它們這樣作的最主要目的是：
- 【4】 42. 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
- 外貿協會在每年 6 月份「台北國際電腦展」及「台北國際食品展」等專業展期間辦理「台灣美食月」活動，其主要目的為：
- 【3】 43. ①協助台灣美食拓展海外市場 ②沖淡「台北國際電腦展」等高科技專業展的刻板印象
③推廣商務、美食、觀光 ④與國內各項美食活動串連造成風潮
- 全球知名的德國杜塞道夫辦理橡塑膠展 (K Show) 期間，我國外貿協會在展場主要出入口刊登巨幅廣告推廣「台北國際塑橡膠工業展覽會 (Taipei Plas)」。其宣傳策略應為：
- 【3】 44. ①與國際重要展會策略聯盟、聯合宣傳 ②與 K Show 主辦單位相互較勁
③對有效目標買主群推廣展覽 ④以上三項都正確
- 開發新展的方法，下列何者為非？
- 【4】 45. ①市場調查 ②尋求公協會支持 ③參考競爭者展覽 ④政府態度為主要考量
- 下列何者是一個地方存在可以舉辦展覽的因素？
- 【4】 46. ①具廣大消費力 ②產業研發或生產重地 ③經濟、資訊、交通之樞紐 ④以上皆是
- 展覽舉辦中若遇颱風需暫停展覽一天時採取之傳播作為，以下何者為不恰當
- 【4】 47. ①運用電視新聞跑馬資訊 ②人員聯絡廠商告知
③官方網站發佈訊息 ④廣播車沿路廣播
- 旅遊出發前應考量要保的保險除履約與責任險外，尚有：
- 【1】 48. ①是否額外加保旅遊平安險和意外醫療險 ②人壽保險 ③產物險 ④以上皆是
- 獎勵旅遊行銷策略中，產品面要提供的是：
- 【1】 49. ①隨時隨地提供旅客「WOW」的驚奇 ②價格低廉 ③節省人力 ④易於執行
- 獎勵旅遊對企業主和旅遊業者的影響是：
- 【1】 50. ①雙方受利 ②雙方受害 ③看情形不一定 ④以上皆非