

# 行銷管理 第三次平時考

## 二、選擇題

1. 從行銷的觀點，產品品質主要是根據

- A) 產品的價格
- B) 產品的效能
- C) 在生產期間品質控管的流程
- D) 顧客特定的要求與需求
- E) 競爭者所提供的產品特色

2. 從行銷的觀點，高品質的影印機是：

- A) 表現很好，滿足
- B) 顧客的要求與需求
- C) 提供很多的特色
- D) 由最好的原物料所生產
- E) 設計與製造的時間持續最久

3. 下列何者為「產品」？

- A) 二手車
- B) 搭車
- C) 剪髮
- D) 牙科檢查
- E) 以上皆是

4. 一家美國的大型企業，生產了洋芋片、油酥、洗碗精、洗衣精、洗髮精、尿布與面紙。這些都是這家企業的

- A) 產品類別
- B) 產品種類搭配
- C) 個別產品
- D) 行銷組合
- E) 產品線

5. Nike 公司，其市場擴及生產運動鞋、球衣及健身器材。換句話說，Nike 有

- A) 產品要素
- B) 品牌戰
- C) 無產品種類搭配
- D) 很多產品類別
- E) 好幾個產品線

6. 消費品的分類是根據：

- A) 每一個產品的價格水準
- B) 消費者如何看待產品與購買產品的方式
- C) 每一產品所使用的配銷通路
- D) 產品的本質以及如何被使用
- E) 產品如何生產

7. 下列何者非課本所提的消費品的類別？

- A)未尋覓品
- B)創新品
- C)選購品
- D)便利品
- E)特殊品

8. 便利品包括：

- A)衝動性產品
- B)日用品
- C)緊急用品
- D)以上皆是
- E)僅 A 與 C

9. 日用品：

- A)需要最大的曝光度且以低成本廣泛配銷
- B)在主要的購買區域需要適當的描述
- C)需要廣泛的配銷，但是要保證有偏好的陳列
- D)需要鄰近可能的使用點廣泛的配銷
- E)只要有好的陳列就具有有限的效果

10. 衝動性產品：

- A)隨著所放置的銷售位置而可能獲得或損失銷售
- B)需要大量的廣告
- C)是某一種的特殊品
- D)通常價格都很高
- E)以上皆是

11. 下列何種產品在超市中最有可能是衝動性產品？

- A)柳橙
- B)麵包
- C)冷凍豌豆
- D)小孩玩具
- E)洗髮精

12. 顧客基本上視為相同且想要以低價購買的消費品是：

- A)異質性選購品
- B)同質性選購品
- C)比較品
- D)未尋覓品
- E)便利品

13. 同質性選購品：

- A)需要鄰近銷售時點廣泛的配銷
- B)需要充分的曝光使價格比較更加容易
- C)需要廣泛的配銷但是要保證有偏好的陳列
- D)需要低成本的廣泛配銷
- E)以上皆非

14. 消費者在何時可能想要且期望獲得銷售人員的協助？

- A) 一般的未尋覓品
- B) 衝動性產品
- C) 日用品
- D) 異質性選購品
- E) 同質性選購品

15. 特殊品是消費品：

- A) 有彈性的需求
- B) 很少顧客想要或是有能力購買
- C) 是相對昂貴且很少購買
- D) 消費者因為真的想要而願意搜尋
- E) 以上皆是

16. 未尋覓品：

- A) 需要更廣泛的配銷但是一點點的推廣促銷
- B) 通常不賺錢
- C) 應該無法市場化
- D) 以上皆是
- E) 以上皆非

17. 人員銷售對何種產品的銷售者而言是非常重要的：

- A) 特殊品
- B) 一般的未尋覓品
- C) 異質性選購品
- D) 新的未尋覓品
- E) 同質性選購品

18. 一個 50 美元不常購買的消費品是：

- A) 未尋覓品
- B) 便利品
- C) 特殊品
- D) 選購品
- E) 以上都可能是

19. 「引伸需求」是何種產品需求的最佳寫照：

- A) 代替咖啡的茶
- B) 因為新房子需求增加的磚塊
- C) 冬天新鮮的覆盆子
- D) 因為對 CD 唱片興趣提高的 CD 播放器
- E) 以上皆是

20. 下列何者可能被一家大型的服飾製造商當作資本項目？

- A) 電腦控制布料裁切器
- B) 拉鍊
- C) 布料
- D) 鈕扣
- E) 以上皆非

21. 課文中的企業品分類是根據：

- A)購買者如何看待產品
- B)產品如何被使用
- C)購買者的選購行為
- D)以上皆是
- E)A 與 B

22. 下列何項企業品的採購可能有高階管理者涉入採購決策中？

- A)原物料
- B)附屬設備
- C)營運補給品
- D)設施
- E)零件

23. 相較於設施，附屬設備

- A)通常沒有標準化
- B)包含更多元的採購影響
- C)是支出項目而非資本項目
- D)賣給更多的目標市場
- E)變成是購買者最終產品的一部份

24. 當企業購買者購買產品，像是油脂、電、打字用紙與紙夾，他們是購買：

- A)附屬設備
- B)營運補給品
- C)零件
- D)維修補給品
- E)保養補給品

25. 品牌建立對某些消費品而言是好的，這是因為：

- A)更易於購買
- B)對於產品品質提供可靠的依據
- C)有助於確認正常應有的滿意
- D)以上皆是
- E)以上皆非

26. 下列有關品牌建立的敘述何者是正確的？

- A)只有當確定是「高品質」時顧客才願意依據品牌購買
- B)品牌建立為銷售者提供了產品辨識，但通常對消費者是不重要的
- C)哪一品牌較為熟悉在不同國家是不同的
- D)以上皆是
- E)以上皆非

27. 意指潛在顧客堅持一家公司的品牌，且願意去搜尋。

- A)品牌堅持
- B)品牌偏好
- C)品牌未知
- D)品牌拒絕
- E)品牌認知

28. 何時商標或是品牌名稱可能變成公共財產：

- A) 所有者沒有每年去重新註冊
- B) 它變成對某一項產品的共通描述
- C) 所有者沒有依據美國聯邦商標法註冊
- D) 在國際市場中銷售
- E) 以上皆是

29. 下列何者是正確的？

- A) 製造商品牌通常有國際配銷，而經銷商品牌只有在當地配銷
- B) 經銷商品牌總是定價低於製造商品牌
- C) 經銷商品牌可能廣泛配銷，或者更廣泛，甚過很多製造商品牌
- D) 經銷商品牌只有在連鎖零售商配銷
- E) 以上皆是

30. 包裝：

- A) 可以當作有用的增加工具
- B) 可增加對消費者的成本
- C) 可當作有用的促銷工具
- D) 與在運送途中與貨架上保護產品有關
- E) 以上皆是