

# 電子商務企劃師

Electronic Commerce Business Planner

## 重點題庫

中華商務職能發展協會

服務專線:(02)2250-1360 <http://www.wretch.cc/blog/ccvcd>

# 電子商務企劃師

## — 證照檢定題庫解答 —

【電子商務企劃師】之認證檢定，每次考測檢定會有 50 題單選題，答對每題 2 分。總積分達 70 分以上者，才算及格。考試時間 60 分鐘，考試時不可交頭接耳分享答案（違者喪失考試資格）。請勿在題目卷上作任何記號。完成作答後，請將答案卡連同題目卷一起交回。

### 【單選題】

1. 電子商務策略擬定主要決定於那些因素：  
(A)企業環境  
(B)企業願景  
(C)網際網路特性  
(D)以上皆是★
2. 企業在導入企業電子化之前，應先 \_\_\_\_\_，才能讓企業整體有共同的認知，願意一起來配合執行。  
(A)建立企業願景★  
(B)評估組織內部的資源及能力  
(C)衡量外部環境  
(D)在產業中的市場定位
3. 企業在電子商務經營領域中的願景應包括下列何者：  
(A)核心價值(core values)  
(B)核心志向(core purpose)  
(C)盼望未來(envisioned future)  
(D)以上皆是★
4. 下列何者是網路行銷的目標：  
(A)增加銷售  
(B)減少成本  
(C)促進溝通  
(D)以上皆是★
5. 在 Internet 上，下列有關企業優勢-劣勢分析敘述，何者為是：  
(A)公司規模不再是決定企業強弱的重要因素  
(B)能否提供更低價、更多選擇的產品是重點

- (C)能否提供更好、更方便的服務  
(D)以上皆是★
6. 下列何者非電子商務的效益？  
(A)增加產品服務項目與服務品質的提升  
(B)會降低商務效率★  
(C)有利於進行商務，節約大量商務成本  
(D)增加產品服務項目與服務品質的提升產業環境分析
7. 網路商業模式的特性，應從那些方向切入：  
(A)建立完善的服务環境  
(B)提出互動的服務方式  
(C)提升顧客的忠誠及滿意度  
(D)以上皆是★
8. 企業電子化的關鍵成功因素，下列何者非屬組織與策略面因素？  
(A)領導者的支持與參與  
(B)委託適合的專業顧問★  
(C)企業電子化的規劃  
(D)各階段目標的制定
9. 下列何者不是電子商務交易平台的功能？  
(A)促進交易產生  
(B)彙整買賣需求  
(C)輔助政府監督★  
(D)創造收益利潤
10. 將企業內部各部門包括財務、會計、生產、物料管理、品質管理、銷售與配銷、人力資源管理理等…利用資訊科技連結在一起的是：  
(A)物料需求規劃(Material Requirements Planning；MRP)  
(B)製造資源規劃(Manufacture Resource Planning II；MRP II)  
(C)企業資源規劃系統(Enterprise Resource Planning System，ERP) ★  
(D)以上皆非
11. 下列那些是 ERP 幾個最重要的特性， a.資料的整合；b.流程的整合；c.最佳化的實務；d.模組化的套裝軟體。  
(A)a  
(B)ab  
(C)abc  
(D)abcd★
12. 電子商務通常可分成三種商業行為，下列何者為是？  
(A)企業對企業(Business to Business；B2B)  
(B)企業對一般消費者(Business to Consumer；B2C)  
(C)消費者對消費者 (Consumer to Consumer；C2C)  
(D)以上皆是★
13. 電子商務的特徵，下列何者為是？

- (A)更快速的流通和低廉的價格  
 (B)更能迎合時代的要求  
 (C)更廣闊的市場  
 (D)以上皆是★
14. 交易處理系統 (Transaction Processing System ; TPS) 是一個使用標準程序來收集和處理一些組織間，每天的例行交易的資料。其交易處理系統的特徵有：  
 (A)它們處理例行性的商業交易快速且有效率  
 (B)它們大多被無管理階層經驗的員工使用  
 (C)被設計為處理那些每天商業交易活動下，所產生的大量細部資料  
 (D)以上皆是★
15. 下列何者是供應鏈整合管理的特點：a.協同整合；b.非核心業務外包；c.減少長鞭效應；d.即時、最佳化：  
 (A)ab  
 (B)abd  
 (C)abcd★  
 (D)acd
16. 供應鏈參與者彼此資源共享與資訊交流，減少之間資訊不對稱的程度，降低不必要的浪費，提升經營的效率，所謂供應鏈參與者包括：  
 (A)供應商  
 (B)生產商  
 (C)配銷商與零售商  
 (D)以上皆是★
17. 電子商務的交易威脅包含：a.系統的安全性被破壞；b.商業機密的安全；c.假冒的威脅；d.信用的威脅；e.拒絕服務；f.付款後不能收到商品；g.機密性喪失。其中那些屬於賣方面臨的安全威脅有：  
 (A)abcd★  
 (B)acde  
 (C)beg  
 (D)efg
18. a.產業互補能力 b.經濟成長力 c.供應商的議價能力 d.消費者的議價能力 e.新進入者的進入市場 f.替代品的潛在威脅 g.現有競爭者的競爭能力。Michael E. Porter 所提出的五力分析，是用來分析產業架構及競爭對象的一種方法，這五種競爭力是指：  
 (A)abcde  
 (B)acdef  
 (C)cdefg★  
 (D)cefga
19. Porter 認為，當企業對供應商的了解越多、採購的數量越大時，供應商的議價能力越小。  
 (A)網際網路的便利性及開放性正促使這種情形發生★  
 (B)網際網路的便利性及開放性正阻止這種情形發生  
 (C)網際網路的便利性及開放性與這種情形發生無關

- (D)以上皆非
20. 網際網路的便利性及開放性正促使，  
(A)減少了資訊不對稱的情形  
(B)供應商的議價能力越來越弱  
(C)顧客的議價能力越來越強  
(D)以上皆是★
21. 當替代品的數量越多、價格越便宜，對企業的威脅就越大，  
(A)網際網路提供一個便利的管道讓購買者得到更多替代品的資訊，對企業威脅越來越大★  
(B)網際網路提供一個便利的管道讓購買者得到更多替代品的資訊，消費者議價能力越來越小  
(C)網際網路發展與消費者議價能力無關  
(D)以上皆非
22. 對新進入者的威脅的敘述，何者為是？  
(A)網際網路降低了行銷及銷售的成本  
(B)虛擬化的網路特性降低了企業經營成本  
(C)網際網路即降低了新進入者的進入障礙  
(D)以上皆是★
23. 由於網際網路無地域性的限制，產業中的競爭者，  
(A)從地區的範圍拓展到全球的競爭者，市場變大  
(B)從地區的範圍拓展到全球的競爭者，威脅變大  
(C)A 與 B 皆是★  
(D)A 與 B 皆非
24. 網際網路對傳統的價值鏈產生的影響有，  
(A)網際網路可能將原有的產業價值鏈縮短  
(B)製造商可以跳過原有價值鏈的層級，比以前更接近顧客  
(C)A 與 B 皆是★  
(D)A 與 B 皆非
25. 下列何者不是電子商務交易平台的功能？  
(A)促進交易產生  
(B)彙整買賣需求  
(C)輔助政府監督★  
(D)創造收益利潤
26. 下列何者是協同商務中最能減少供需之間商業流程的差異，讓供應鏈更符合需求導向並且協助企業和企業間如何在規劃、預測時合作無間？  
(A)採購協同商務  
(B)規劃與預測協同商務★  
(C)設計協同商務  
(D)行銷與銷售協同商務
27. 下列有關網站的 PR 值（PageRank）的描述，何者為非？  
(A)是 google 搜尋排名算法中的一個群組成部分★  
(B)PR 值越高說明該網頁在搜尋排名中的地位越重要。

- (C)在其他條件相同的情況下，PR 值高的網站在 google 搜尋結果的排名中有優先權。
- (D)是 Google 公司所使用的對其搜尋引擎搜尋結果中的網頁進行排名的一種演算法。
28. 電子郵件被認為是有效的網路行銷方法，它具備那些優勢？
- (A)閱讀率高、效果好
  - (B)覆蓋面廣、目標相對準確
  - (C)成本低
  - (D)以上皆是★
29. 下何者不屬於選擇關鍵字的策略：
- (A)產品廣泛關鍵字
  - (B)產品相關的組合詞
  - (C)詞意相反的關鍵字★
  - (D)使用更長的精確型的關鍵字
30. 影響電子交易成功因素有：
- (A)簡單的付款工具
  - (B)交易的安全性
  - (C)交易的方便性
  - (D)以上皆是★
31. 網路上交易成功要件，首先需確認消費者的：
- (A)是否上線
  - (B)身份無誤★
  - (C)資金額度
  - (D)信用程度
32. 透過網際網路技術及電子商務對於物流的解決方案，所建構的資訊平台系統，稱為：
- (A)電子市集（e-Marketplace）
  - (B)電子集散中心（e-hub）
  - (C)A 與 B 皆是★
  - (D)A 與 B 皆非
33. 電子商務有哪些特點？
- (A)電子商務是一種採用最先進資訊技術的買賣模式。
  - (B)電子商務實質上形成了一個虛擬的市場交換場所。
  - (C)對電子商務的理解，應從"現代資訊技術"和"商務"兩個方面考慮。
  - (D)以上皆是★
34. 電子商務的標準英文縮寫是：
- (A) ERP
  - (B) EDI
  - (C) EC★
  - (D) DC
35. B to B 電子商務交易平台的成功因素，下列何者為非？
- (A)政府獎勵輔助★
  - (B)健全管理機制

- (C)足量潛在市場  
(D)高度市場接受度
36. 電子商務主要是以何種資訊技術來完成的  
(A)EDI (Electronic Data Interchange 電子數據交換)  
(B)INTERNET (網際網路)  
(C)A 與 B 皆是★  
(D)A 與 B 皆非
37. 要實現完整的電子商務會涉及到很多方面機構的加入才行，除了買家、賣家外，還要有  
(A)銀行或金融機構  
(B)政府機構、認證機構  
(C)物流配送  
(D)以上皆是★
38. 下列何者不是 Web2.0 的相關概念？  
(A)網站管理者導向★  
(B)分享和參與  
(C)引領群體智慧  
(D)雙向的互動
39. 透過資訊科技，將行銷、客戶服務…等加以整合，提供顧客量身訂製的服務，並增加顧客滿意度與忠誠度，以提昇顧客服務品質，達成增加企業經營效益，是指：  
(A)ERP  
(B)CRM★  
(C)blog  
(D)Flickr
40. 下列何者是 B2B 與 B2C 顧客關係管理的差異？  
(A) B2B 往來通常只有少數幾家，每次交易的金額較高  
(B) B2C 企業的顧客眾多，容易作顧客行為統計分析  
(C) B2B 所銷售的產品，其複雜程度通常較 B2C 企業為高  
(D)以上皆是★
41. 決定電子商務該自行建構或委託外包，應該考慮那些問題點？  
(A)電子商務是否能夠提供策略上的優勢  
(B)企業的營運活動資料是否需要高度的保密  
(C)外包會產生額外的交易成本  
(D)以上皆是★
42. 自行建構電子商務系統內部考慮因素  
(A)系統發展的配適程度★  
(B)企業內部的資訊部門員工人數是否充足  
(C)有沒有足夠的專業知識及相關的軟硬體設備  
(D)是否有足夠的資本來支援其自行建構電子商務系統
43. 下列哪些是電子商務的特性？a.便利性；b.全球化；c.地域性；d.詐騙與危害；e.個人化？  
(A) abc

- (B) bcd  
 (C) abde★  
 (D) abcd
44. 下列何者是電子商務的構面？a.商流；b.物流；c.金流；d.資訊流；e.設計流；f.服務流？  
 (A) abc  
 (B) abcd  
 (C) abcde  
 (D) abcdef★
45. 凡透過網路的協助，讓使用者不出門就能完成購物、創業、遊戲等行為，統稱為：  
 (A)帕金森定律  
 (B)宅經濟★  
 (C)私經濟  
 (D)梅特卡夫定律
46. 網路的有用性(價值)隨著用戶數量的平方數增加而增加，稱為：  
 (A)帕金森定律 (Parkinson's Law)  
 (B)摩爾定律(Moore's Law)  
 (C)莫非定律(Murphy's Law)  
 (D)梅特卡夫定律 (Metcalf's Law) ★
47. 在電子商務交易中，由企業直接與企業交易，稱為：  
 (A) B to C  
 (B) B to B★  
 (C) C to C  
 (D) P to P
48. 電子商務的基本類型有 4 種，較適合個人或中小企業實行的網路創業模式有以下那兩種：  
 (A) B to B 與 B to C  
 (B) B to B 與 C to B  
 (C) C to C 與 B to C★  
 (D) P to P 與 B to C
49. 下列何者有助於提昇網路創業的成功機率。  
 (A)瞭解市場需求  
 (B)銷售獨特性商品  
 (C)建立網路交易安全機制  
 (D) A 和 B★
50. B to B 電子商務將事前、事中、事後的觀念都引入，除了注意自己企業內部流程運作外，還透過上、下游一起協商合作的一種商業模式？  
 (A)協同電子商務★  
 (B)電子交易市集  
 (C)基本電子商務  
 (D)電子資料交換網路

51. 下列那一種網路商業模式主要目的為利用網站提供 RSS 訂閱機制(Really Simple Syndication) 提供使用者設定較有價值的資訊來源？  
(A)社群模式  
(B)市集模式  
(C)資訊彙整者★  
(D)直接交易模式
52. 下列何者屬於 B to C 電子商務營運模式？a.入口網站；b.虛擬社群；c.網路交易；d.網路廣告  
(A) a  
(B) ab  
(C) abc  
(D) abcd★
53. B to C 電子商務發展四大階段 a.匯集人潮；b.吸引人潮；c.獲得錢潮；d.發展交易，依序為：  
(A) abcd  
(B) abdc  
(C) badc★  
(D) dbac
54. 下列何者不屬於 C to C 電子商務模式？  
(A) ebay  
(B) Amazon 網路書店★  
(C) Twitter  
(D) blog
55. 為提升交易效率，某製造業大廠與其上下游供應商所建立的採購、營運情報等電腦網路，屬於下列何種類型之電子商務？  
(A)B2C  
(B)C2C  
(C)B2B ★  
(D)G2C
56. 以下那一項與電子商務（E-Commerce）中的 B2C（Business to Customer）模式最無關？  
(A)網路拍賣（Internet Auction）★  
(B)網路訂票（E-ticketing）  
(C)網路書店（E-Bookstore）  
(D) 入口網站(Portal)
57. 下列何者是網路拍賣的合理步驟：a.選擇拍賣網站；b.註冊成為會員；c.賣家登錄「信用卡資料」確認身份；d.刊登物品；e.開始進行拍賣交易；f.金流與物流作業；  
(A) abfcde  
(B) abcdef★  
(C) abce  
(D) abdf
58. 現今流行的拍賣網站如 ebay、yahoo 奇摩等，是屬於那一種電子商務模式？  
(A)C2B

- (B)B2C  
(C)B2B  
(D)C2C★
59. 小明上網拍賣一支舊手機，這是屬於下列哪一種型態的電子商務？  
(A)B2B  
(B)C2C★  
(C)C2B  
(D)B2C
60. 小華在拍賣網站中購買了一項商品，請問她可以利用下列哪一項網際網路的服務來完成匯款的動作？  
(A)人力銀行  
(B)電子郵件  
(C)搜尋引擎  
(D)網路 ATM★
61. 在「網路商場」中，當廠商收到客戶的訂單後，系統將自動對其上游供應商的訂貨系統下訂單，則該兩廠商系統間的交易模式係屬於「電子商務」中的那一種模式？  
(A)C-to-B  
(B)C-to-C  
(C)B-to-B★  
(D)B-to-C
62. 近幾年來，網路商店的數量快速增加，此種網路商店的經營型態主要為下列何種電子商務？  
(A)B2B  
(B)B2C★  
(C)C2B  
(D)C2C
63. 一家旅遊公司利用網路為媒介，提供消費者旅遊商品以及線上旅遊資訊服務，這是屬於下列哪一種型態的電子商務？  
(A)B2C★  
(B)B2B  
(C)C2C  
(D)B2G
64. 經由網路向證券交易所下單購買股票，這是屬於下列哪一型態的電子商務？  
(A)B2C  
(B)C2C  
(C)C2B★  
(D)B2B
65. 將個人物品透過特定網站，如 Yahoo!奇摩拍賣、eBay 等進行拍賣，以提供其他網友競標購買。此種運用網際網路進行交易的電子商務類型是：  
(A)C2C★  
(B)B2C

- (C)C2B  
(D)B2B
66. 下列何者是消費者對消費者（C2C）的電子商務類型？  
(A)台灣電子交易市集網站  
(B)露天拍賣網站★  
(C)金石堂網路書店  
(D)東森購物網站
67. 利用手持的行動通訊設備，透過高速的網際網路連線，進行通訊、互動及交易等活動，稱為：  
(A)電子商務  
(B)行動電子商務（mobile commerce）★  
(C)電子交易市集  
(D)以上皆是
68. 行動電子商務的特性除了個人化(Personalization)之外，還包含有那些？  
(A)無所不在的特性(Ubiquity)  
(B)方便性(Convenience)  
(C)定位性(Localization)  
(D)以上皆是★
69. 下列何者屬於行動電子商務（mobile commerce）的應用？  
(A)以終端機在 Amazon 網站買書  
(B)以網路冰箱訂購雞蛋  
(C)用手機購買職棒門票★  
(D)以 PC 上 eBay 網站買花瓶
70. 下列何者屬於部落格的類型？  
(A)個人日記  
(B)專業評論  
(C)商業行銷  
(D)以上皆是★
71. B to B 交易平台可產生那些效益？a.提供充足的資訊 b.降低實體店面成本 c.企業可以隨時進行檢查 d.不受時間限制 e.接觸新的供應商 f.交貨時間的增加  
(A) abc  
(B) abcd  
(C) abcde★  
(D) abcdef
72. B to B 交易市集類型，依交易模式來區分可分成下列何種不是？  
(A)由買方建立  
(B)由賣方建立  
(C)公開市集  
(D)由政府建立★
73. 下列何者不是網路市場調查的主要內容：  
(A)競爭對手研究

- (B)網站建設研究★
  - (C)營銷成本研究
  - (D)市場需求研究
74. 協同商務有那些特色？
- (A)信任關係的建立
  - (B)即時速度的回應
  - (C)創新能力的提升
  - (D)以上皆是★
75. 下列哪種網路商業模式主要目的為讓網路消費者訂立一個願意購買的價格，然後由網站來尋找與媒合願意以此價格提供服務或產品的賣家？
- (A)逆向商務模式★
  - (B)市集模式
  - (C)社群模式
  - (D)廣告模式
76. B to B 電子商務，公司關鍵成功因素除「儘早市場卡位」外，尚包含？
- (A)專業管理能力
  - (B)策略聯盟夥伴
  - (C)建立聲望與信任
  - (D)以上皆是★
77. 利用智慧型手機、PDA 等具備通訊設備，在行動中接收到語音或非語音之間的訊息傳輸，一般稱之為？
- (A)行動通訊★
  - (B)通訊協定
  - (C)協同商務
  - (D)企業電子化
78. 網路線上作調查，需注意的問題有網際網路的安全性問題和下列哪項：
- (A)網際網路無國界問題
  - (B)網友文化問題
  - (C)開放性問題
  - (D)網際網路無限制樣本問題★
79. 網站以提供內容供消費者訂閱，並以此收取費用是下列哪一種收益模式？
- (A)廣告收益模式
  - (B)合作收益模式
  - (C)訂閱收益模式★
  - (D)商業媒介收益模式
80. 關於電子商務的概念，下列何者不正確？
- (A)電子商務不會改變了吸引顧客的方式★
  - (B)電子商務改變了與顧客交易的模式
  - (C)電子商務改變了生產流程與生產效率
  - (D)電子商務改變了從消費者手中獲取利益的方式

81. 下列有關電子商務的描述，何者不正確？  
(A)電子商務是一種資訊科技  
(B)電子商務的重點是「技術」而不是「商務」★  
(C)電子商務是一種創新的商業模式  
(D)電子商務是一種系統
82. 下列何者不屬於電子商務的主要七個流(flow)？  
(A)金流  
(B)潮流★  
(C)商流  
(D)資訊流
83. 在電子商務的七個流(flow)中，錢或帳的流通過程是指？  
(A)金流★  
(B)物流  
(C)商流  
(D)資訊流
84. 在電子商務的七個流(flow)中，商品所有權的轉移是指？  
(A)金流  
(B)物流  
(C)商流★  
(D)資訊流
85. 在電子商務的七個流(flow)中，實體商品流動或運送傳遞是指？  
(A)金流  
(B)物流★  
(C)商流  
(D)資訊流
86. 在電子商務的七個流(flow)中，從零售商蒐集銷售情報、從供應商蒐集生產情報，相互交流而形的商情流通系統，是指？  
(A)金流  
(B)物流  
(C)商流  
(D)資訊流★
87. 在電子商務的七個流(flow)中，依照顧客需求所研擬之產品配置、賣場規劃、商圈開發之設計程序，是指？  
(A)金流  
(B)物流  
(C)商流  
(D)設計流★
88. 在電子商務的七個流(flow)中，使顧客滿意，與顧客產生互動關係，提供顧客良好服務品質的傳遞過程，是指？  
(A)金流

- (B)物流
  - (C)商流
  - (D)服務流★
89. 下列關於 POS 系統之優點，何者不是？
- (A)增加與供應商間訂貨作業的時差，增加缺貨的危險★
  - (B)掃描商品條碼即可得到商品售單價，無須人工逐一鍵入
  - (C)掌握暢銷品與滯銷品的數量，即時調整販售商品之結構與安全存量
  - (D)加快結帳速度，減少銷售尖鋒的瓶頸
90. 目前無線網站發展需注意事項有？
- (A)設備相容性問題★
  - (B)安全保密性
  - (C)通路功能性
  - (D)以上皆是
91. 透過行動商務業者的網路，使用者可以了解最近的加油站位置，是屬於行動商務哪種效益？
- (A)使用個人化
  - (B)連線快速化
  - (C)資訊保密化
  - (D)追蹤便捷化★
92. 一套 RFID 系統包括幾個部分？
- (A)讀取器(Reader)
  - (B)電子標籤(Tag)
  - (C)應用系統
  - (D)以上皆是★
93. 無線射頻系統(Radio Frequency Identification,RFID)應用領域有下列為何？
- (A)門禁管制
  - (B)物流管理
  - (C)身份識別
  - (D)以上皆是★
94. 企業員工可在任何地點、任何時間、利用無線網路，使用各式隨身的終端設備與公司整體資訊系統，完成同步即時的資料交換過程，稱之為？
- (A)企業 M 化★
  - (B)企業 E 化
  - (C)城市 M 化
  - (D)城市 E 化
95. 就電子商務機能而言，下列何者是所有流通的前哨作業？
- (A)物流
  - (B)商流★
  - (C)金流
  - (D)資訊流
96. 企業 M 化 (Enterprise Mobilization) 之關鍵成功因素有？a.教育訓練提供；b.高階主管選擇性

支持；c.溝通管道設置；d.使用者需求了解；e.M 化團隊建立；f.導入過程規劃

- (A) abc
  - (B) abcd
  - (C) acdef★
  - (D) abcdef
97. 下列何者非行動商務所產生之效益？
- (A)連線快速化
  - (B)傳輸有線化★
  - (C)使用個人化
  - (D)資訊保密化
98. 下列何項非行動商務阻礙之因？
- (A)病毒威脅
  - (B)頻寬不足
  - (C)傳輸快速★
  - (D)資料外洩
99. 下列何者為顧客關係管理較精確定義？
- (A)透過資訊科技，包括企業內網路、企業外網路及網際網路來改變企業經營的模式
  - (B)利用網際網路相互連結，做到非核心業務外包，快速的反應市場需求，就好像一家企業一樣
  - (C)將整個產業的上下游供應商、經銷商、代理商等企業均進行連結後，產業間各企業的資訊透明化，所有交易都可透過網際網路來進行
  - (D)運用整合性銷售、行銷與服務策略下的一套系統，企業據此發展出一致性行動以滿足顧客需求★
100. 用 IT 來蒐集、分析客戶的資料，發展現有客戶的關係，並且主動發現客戶的可能需求，提供適當的解決方案、像是產品或服務來滿足需求，進而提高滿意度與忠誠度。稱為：
- (A)市場研究
  - (B)顧客關係管理★
  - (C)市場需求分析
  - (D)顧客服務
101. 透過顧客關係管理（CRM）以提升企業的服務品質，例如：
- (A)在關鍵時刻立刻回應客戶需求，減少顧客抱怨
  - (B)提高顧客的滿意度，將顧客轉化為忠誠顧客
  - (C)讓忠誠顧客推薦新顧客
  - (D)以上皆是★
102. 下列有關電子商務對企業效益的描述，何者不正確？
- (A)可接觸更多的潛在顧客
  - (B)可獲得更多更直接的顧客資訊
  - (C)有助於提高存貨量★
  - (D)銷售時間與地點更不受限制
103. 下列有關電子商務對社會效益的描述，何者不正確？

- (A)創造新的商機與就業機會  
(B)市場資訊更混亂★  
(C)改變工作方式與型態，例如在家工作  
(D)資訊流通更加方便，更能滿足知的權利
104. 有關企業建立電子商務網站的原因，下列何者不正確？  
(A)因應顧客需要  
(B)整體科技的挑戰與壓力  
(C)政府的要求★  
(D)企圖掌握傳統商業活動中的新價值
105. 下列何者非屬於電子商務的應用？  
(A)供應鏈的管理  
(B)視訊會議★  
(C)遠端金融服務  
(D)線上購物
106. 下列描述何者不正確？  
(A) Internet 是指企業間網路★  
(B) Intranet 是指企業內網路  
(C) Internet 是指網際網路  
(D) Extranet 是指企業間網路
107. 下列描述何者正確？  
(A) Internet 是指企業間網路  
(B) Intranet 是指網際網路  
(C) Internet 是指企業內網路  
(D) Extranet 是指企業間網路★
108. Kalakota 認為電子商務發展過程可區分為下列四個階段：(A)電子資金交換、(B)線上服務與知識分享、(C)網際網路與全球資訊網、(D)電子資料交換與 Email，請排出其順序？  
(A) abcd  
(B) adbc★  
(C) abdc  
(D) acdb
109. 「電腦晶片上的電晶體電路的數目每 18 個月會成長一倍」，一般稱為？  
(A) Metcalfe' s Law  
(B) Moor' s Law★  
(C) Network Externality  
(D) Law of Disruption
110. 「網路的效用將與使用者的平方成正比」，一般稱為？  
(A) Metcalfe' s Law★  
(B) Moor' s Law  
(C) Network Externality  
(D) Law of Disruption

111. 下列描述，何者屬於 C2B 電子商務類型的應用？  
(A)小明透過拍賣網站競標二手商品  
(B)小華揪團在網路上團購蛋糕★  
(C)小王透過『Yahoo!奇摩』網站下載手機鈴聲  
(D)小蔡透過網路報繳所得稅
112. 下列何者與電子商務（E-Commerce）的 B2C 模式最無關？  
(A)比價網站（Shop Website）  
(B)網路拍賣（Internet Auction）★  
(C)網路訂票（E-ticketing）  
(D)網路書店（E-Bookstore）
113. 『Yahoo 奇摩超級商城』網站是由眾多電子商店集結而成，以提供消費者各式各樣的商品選擇。該網站屬於下列何種電子商務型態？  
(A)單一商店  
(B)專賣店  
(C)購物中心★  
(D)零售店
114. 下列有關網路拍賣的敘述，何者錯誤？  
(A)應挑選可靠賣家，以降低購物風險  
(B)購買前應詳細閱讀該賣家的商品交易說明  
(C)儘量私下交易，以取得商品折扣★  
(D)購買較貴重的物品，可選擇「便利商店付款」方式較有保障
115. 買家可利用拍賣網站進行比價，以購買最便宜的商品，請問上述最接近網路拍賣的何種特性？  
(A)價格透明化★  
(B)購物便利化  
(C)購物時間不受限  
(D)商品種類多
116. 對買家而言，下列何者不是網路拍賣的好處？  
(A)選擇多元化  
(B)營運成本降低★  
(C)價格透明化  
(D)購物便利化
117. 下列那一種網購行為，無法提昇網路購物的安全性？  
(A)避免私下交易  
(B)選擇貨到付款的方式  
(C)選擇可靠的賣家  
(D)貨比三家，選擇最便宜的商品★
118. 利用網路拍賣下列那一種商品，是觸法的？  
(A)違禁藥品★  
(B)冰淇淋

- (C)大衣  
(D)腳踏車
119. 利用網路拍賣下列那一種商品，有觸法的疑慮？  
(A)降血壓藥★  
(B)冰品  
(C)內衣  
(D)機車
120. 下列那些商品，不能透過拍賣網站銷售？ a.高粱酒 b.額頭退燒片 c.在免稅機場購買的菸品 d. 二手包包  
(A)abcd  
(B)abc★  
(C)acd  
(D)bd
121. 「網路拍賣、網路開店」是就業新鮮人經常選擇的創業方式，就業新鮮人選擇該項創業方式的主要原因是：  
(A)社會歷練豐富  
(B)網購經驗不足  
(C)獲利穩定  
(D)創業成本較低★
122. 下列那一項做法，最無法降低網路購物的風險？  
(A)挑選可靠的賣家  
(B)選擇便利商店取貨再付款  
(C)給賣家負面評價★  
(D)選擇銀貨兩迄的付款方式
123. 下列有關 SSL(Secure Socket Layer)與 SET(Secure Electronic Transaction)的敘述，何者有誤？  
(A)SET 機制可避免買方事後否認交易的事實  
(B)SSL 機制可避免賣方事後否認交易的事實  
(C)欲使用 SET 機制，買賣雙方都必須具有憑證  
(D)SSL 提供的安全等級較 SET 高★
124. 下列何種技術，主要是希望能確保網路上信用卡交易的安全性？  
(A)SET (Secure Electronic Transactions 安全電子交易規格)★  
(B)SMTP(Simple Mail Transfer Protocol 簡單郵件傳輸協議)  
(C)VoIP (Voice over Internet Protocol 網路電話)  
(D)WAP (Wireless Application Protocol 無線應用協議)
125. 下列何者為常用之網路購物安全防護機制？  
(A)SSL (Secure Socket Layer 安全通訊協定)★  
(B)POS (point of sale)  
(C)ATM (Automatic Teller Machine)  
(D)CAM (Computer aided manufacturing)
126. 某個網站的 URL(Universal Resource Locator 全球資源定位器)開始為 https://，這代表該網站使

- 用何種安全機制？
- (A) SLIP (Serial Line Internet Protocol) ，
  - (B)SAP (Systems Application Products in data processing)
  - (C)SET (Secure Electronic Transactions 安全電子交易規格)
  - (D)SSL (Secure Socket Layer 安全通訊協定)★
127. 下列何者不是網路商家保障消費者資訊隱私權常見的做法？
- (A)使用安全機制保護個人資料
  - (B)告知個人資料的使用原則
  - (C)賦予消費者選擇提供部分個人資料的權利
  - (D)建立會員資料庫供與他商家共用，方便消費者其他網路商店購物★
128. 可過濾、監視網路上的封包與通聯狀況，達到保護電腦的軟體為何？
- (A)防毒軟體
  - (B)防火牆★
  - (C)瀏覽器
  - (D)即時通
129. 有關防火牆的敘述，下列何者錯誤？
- (A)會將不符合安全規則的資料封包丟棄
  - (B)可以防止電腦病毒從特定連接埠入侵電腦
  - (C)可搜尋已感染病毒的電腦並掃除病毒★
  - (D)可用硬體或軟體來完成防火牆的功能
130. 下列哪一項網路設備，可做為隔離公司內部網路與網際網路間，具有防止駭客入侵之功能？
- (A)交換器 (switch)
  - (B)路由器 (router)
  - (C)防火牆 (firewall) ★
  - (D)橋接器 (bridge)
131. 企業為防止內部資料的不合法進出，應架設下列何設施以為因應？
- (A)網路瀏覽器
  - (B)防毒軟體
  - (C)資料備份程式
  - (D)防火牆★
132. 下列哪一項行為，不屬於「網路犯罪」？
- (A)散布特洛伊木馬程式
  - (B)竊取他人的隨身硬碟★
  - (C)用 E-Mail 恐嚇他人
  - (D)透過網路詐騙他人錢財
133. 企業電子化導入時在人員層面影響，下列何種描述是正確的？
- (A)需要全體員工配合
  - (B)員工對於電子化有高度接受性
  - (C)高階主管高度支持
  - (D)以上皆是★

134. 企業導入電子化常遭遇的困難，下列何種描述有誤？  
(A)內部配合度低  
(B)企業主導性高★  
(C)導入費用過高  
(D)系統無法整合
135. 醫療產業與資訊科技目前積極結合，下列何種描述有誤？  
(A)醫院推出遠距醫療照護系統  
(B)醫院推出 RFID 系統  
(C)醫院在網站上提供藥品宅配服務★  
(D)醫院使用資料探勘技術來進行顧客關係管理
136. 下列有關 ERP 描述何種有誤？  
(A) ERP 本身是一個模組化的套裝軟體  
(B) ERP 的導入，企業通常必須進行企業流程再造  
(C) ERP II 是做為跨公司之間協同作業規劃與資源整合的工具  
(D) ERP 目前仍以企業內部作業為主★
137. 造成長鞭效應現象之因下列何者有誤？  
(A)需求預測失準  
(B)被誇大的訂單  
(C)價格波動  
(D)以上皆正確★
138. 根據顧客訂單，設計並製造顧客所訂之產品，在收到顧客訂單後，再依訂單所指定之零組件進行訂貨及最終裝配，稱之為？  
(A)計畫式生產  
(B)接單後生產★  
(C)接單後組裝  
(D)計畫式組裝
139. 下列何種非顧客關係管理行銷模式？  
(A)顧客導向  
(B)以部門別做為行銷分界點★  
(C)整合式行銷  
(D)顧客滿意度為衡量指標
140. 請排列發展顧客關係管理的步驟？a. 提供客製化的服務；b. 確認顧客何在 c.與顧客進行互動；d. 對顧客進行區隔；  
(A) bdca★  
(B) abcd  
(C) bcda  
(D) cdba
141. 請排列知識管理演進的順序，a.知識；b.數據；c.資訊；d. 知識價值  
(A) bdca  
(B) abcd

- (C) bcad★  
(D) dbca
142. 對觀察到的事物所做的紀錄，例如將網站不同時段的流量、下單數量、金額等資料記錄下來就成為：  
(A)數據★  
(B)資訊  
(C)知識  
(D)價值
143. 經過處理後具有意義的數據，例如將網站一年來不同時段的流量、下單數量、金額等記錄加以分析、比較，發現星期一的流量是一週中最高，就成為：  
(A)數據  
(B)資訊★  
(C)知識  
(D)價值
144. 資訊經過篩選、驗證、認定與運用，例如將網站一年來不同時段的流量、下單數量、金額等記錄加以分析、比較，發現星期一的流量是一週中最高，行銷部門提出星期一促銷方案來刺激會員購買慾望，是屬於知識管理哪個階段？  
(A)數據  
(B)資訊  
(C)知識★  
(D)價值
145. 將知識經過正確的行動、驗證後，產生更有利的結果或效益，是屬於知識管理哪個階段？  
(A)數據  
(B)資訊  
(C)知識  
(D)價值★
146. 知識管理程序分為 a.知識的累積；b.知識的擴散；c.知識的吸收；d.知識的創造，請依序排列？  
(A) abcd  
(B) cdab★  
(C) dcba  
(D) bdca
147. 電子交易付款過程中，下列那些角色需要涉入？a.買方；b.賣方；c.發卡銀行；d.收單銀行；e.公正第三者；f.認證中心  
(A) abc  
(B) abcd  
(C) abcde  
(D) abcdef★
148. 網路 ATM 無法提供下列何種功能？  
(A)餘額查詢  
(B)提領現金★

- (C)轉帳交易  
(D)繳費
149. 下列因素中，哪項是電子付款系統中最重要？  
(A)隱私性因素  
(B)合法性因素  
(C)安全因素★  
(D)經濟性因素
150. 在電子付款系統中安全性因素通常需考量？  
(A)身分辨識  
(B)交易訊息的正確性  
(C)防止機密資料遭竊取  
(D)以上皆是★
151. 下列有關防火牆描述，何者有誤？  
(A)集中管理  
(B)網路把關  
(C)隔絕病毒★  
(D)監視活動
152. 有關搜尋引擎特性，下列描述何者正確？a.資料的蒐集；b.資料的整理、關鍵字、索引建立；  
c.資料的查詢搜尋；d.資料排序。  
(A) ad  
(B) ab  
(C) acd  
(D) abcd★
153. 企業為提高網路行銷的效果，STP 分析是重要的方法，其內容下列何者為非：  
(A)市場區隔化(Market segmentation)  
(B)選擇目標市場(Market targeting)  
(C)市場推廣(Market Promotion)★  
(D)市場定位(Market positioning)
154. 目前網路行銷活動廣告有下列哪些？  
(A)關鍵字廣告  
(B)橫幅廣告(BANNER)  
(C)電子郵件廣告  
(D)以上皆是★
155. 網路行銷是網際網路從事商品或服務交易的型態，下列哪一項不是網路行銷的特色？  
(A)無實體店面，不受開店的時間影響  
(B)不受經濟規模限制，人人皆可開店  
(C)網路無遠弗屆，市場潛能無限  
(D)沒有購買隱私性，資料可能曝光★
156. 有關網際網路行銷的優勢，下列何者有誤？  
(A)消費者可以直接觸摸到商品★

- (B)節省購物時間、降低銷售成本  
 (C)消費者可以降低資訊不對稱性  
 (D)業者能獲取更多的客戶資訊
157. 要達到成功的網路行銷，關鍵因素有下列那幾項？a.交易安全性高；b.消費者良好的購物經驗；c.產品預期與實際相似程度高；d.付款便利性；e.容易使用的網路平台；  
 (A)abcd  
 (B)abcde★  
 (C)bcde  
 (D)abde
158. 下列那幾項屬於一對一行銷的類似概念：a.關係行銷(Relationship Marketing)；b.資料庫行銷(database marketing)；c.直效行銷(direct marketing)；d.口碑行銷(mouth to mouth)；e.目標行銷(target marketing)  
 (A)abcd  
 (B)bcde  
 (C)abcde★  
 (D)abde
159. 電子商務對行銷領域有何影響？  
 (A)中間商的降低或減少  
 (B)使價格變動更快速  
 (C)消費者較容易得到競爭產品的資訊  
 (D)以上皆是★
160. 有關網絡「線上零售」須注意事項為何？a.容易找到網址；b.可靠性；c.客製化網站；d.實施顧客關係管理。  
 (A) a  
 (B) ab  
 (C) abc  
 (D) abcd★
161. 有關電子化企業，下列何者是正確？  
 (A)提高可靠性  
 (B)掌握行銷中價格、通路、產品與促銷  
 (C)可以輕易的連通全球使用者  
 (D)以上皆是★
162. 消費者對網路商店的滿意度包含：  
 (A)網路商店的服務品質  
 (B)商品資訊品質  
 (C)資訊系統品質  
 (D)以上皆是★
163. Naumann(1995 年)提出構成顧客價值是由那些因素所組成：  
 (A)產品品質  
 (B)服務品質

- (C)購買價格  
(D)以上皆是★
164. 當顧客價值差異程度高，但是顧客需求差異程度小時，應採取何種行銷手法？  
(A)大量行銷  
(B)利基市場  
(C)一對一行銷  
(D)忠誠度建立★
165. 當顧客價值差異程度高，而且顧客需求差異程度大時，應採取何種行銷手法？並利用顧客資料庫來追蹤個別的交易。  
(A)大量行銷  
(B)利基市場  
(C)一對一行銷★  
(D)忠誠度建立
166. 當顧客價值差異程度低，但是顧客需求差異程度高時，應採取何種行銷手法？  
(A)大量行銷  
(B)利基市場★  
(C)一對一行銷  
(D)忠誠度建立
167. 當顧客價值差異程度低，而且顧客需求差異程度小時，應採取何種行銷手法？  
(A)大量行銷★  
(B)利基市場  
(C)一對一行銷  
(D)忠誠度建立
168. 有關網路行銷的影響，下列描述何者有誤？  
(A)網路使用無時間與地點限制，可依偏好來塑造個人行銷效果  
(B)網站的串連讓使用者匯聚成一個社群，專門探討特定議題  
(C)無論何種組織都可以利用企業部落格來招攬會員★  
(D)透過網路可以創造出跨國經營或是國際宣傳效果
169. 下列那些敘述是電子商務所具有的特性？a.即時性；b.互動性；c.媒介性；d.全球性  
(A) a  
(B) ab  
(C) abc  
(D) abcd★
170. 房仲網站，提供消費者多樣化的選擇，讓消費者可以隨時透過網路、手機來掌握購屋進度，這是網際網路何者特性？  
(A)匿名性  
(B)公開性  
(C)互動性★  
(D)群聚性
171. 電子商務是下列何種過程？

- (A)透過網際網路進行購買、銷售或交換商品  
 (B)組織一個電子化市場進行交易  
 (C)運用電子化方式進行交易  
 (D)以上皆是★
172. 網際網路科技的發達，在商業行為上，導致何種商業的蓬勃發展？  
 (A)國際商務  
 (B)綠色商務  
 (C)電子商務★  
 (D)行動商務
173. 無線網路及無線訊科技的發達，在商業行為上，導致何種商業的蓬勃發展？  
 (A)國際商務  
 (B)綠色商務  
 (C)電子商務  
 (D)行動商務★
174. 電子商務的交易模式中，若由賣方彼此競價，出價最低者就贏得與買方的商務交易，這是屬於？  
 (A)需求整合式價格  
 (B)目錄式價格  
 (C)拍賣式價格  
 (D)逆拍賣式價格★
175. 在電子商務的交易模式中，由賣方事先設定好產品價格的商務交易，這是屬於？  
 (A)需求整合式價格  
 (B)目錄式價格★  
 (C)拍賣式價格  
 (D)逆拍賣式價格
176. 在電子商務的交易模式中，若由買方彼此競價，出價最高者就贏得這項商務交易，這是屬於？  
 (A)需求整合式價格  
 (B)目錄式價格  
 (C)拍賣式價格★  
 (D)逆拍賣式價格
177. 在社群網站（如 Facebook）中，下列哪一種行為最可能觸法？  
 (A)和網友交換小遊戲的虛擬寶物  
 (B)透過網站的交友功能，邀人加入好友  
 (C)盜用他人的帳號偷窺隱私★  
 (D)玩「開心農場」遊戲
178. 依據梅特卡菲定律(Metcalfe's Law)，如果網路上只有兩個人，就只有一組對話；當有三個人時，就有三組對話，當四個人時，就有六組對話【 $n(n-1)/2$ 】。依此類推，請問當有五個人時，會有幾組對話？  
 (A). 8 組  
 (B). 10 組★

- (C). 12 組  
(D). 15 組
179. 下列何者是網路中最主要的網路社群有： a.電子佈告欄 BBS； b.聊天室； c.新聞討論區； d.部落格(Blog)； e.臉書(Facebook)
- (A) ab  
(B) abc  
(C) abcd  
(D) abcde★
180. 電子商務對行銷管理方面的影響有：
- (A)從大眾行銷到一對一個人化行銷(直效行銷)  
(B)從前市場區隔是企業作的，網路化後顧客可自己形成區隔化市場(透過社群)  
(C)顧客關係管理(CRM)與服務  
(D)以上皆是★
181. 電子商務對生產管理方面的影響有：
- (A)接單式生產 (Build to Order)  
(B)上中下游整合--供應鏈管理(SCM)  
(C) A+B★  
(D)以上皆非
182. 電子商務對人力資源管理方面的影響有：
- (A)員工由勞力工作者轉換為知識工作者  
(B)線上學習(e-Learning/on demand learning)  
(C)A+B★  
(D)以上皆非
183. 電子商務對財務管理方面的影響有：
- (A)由傳統付款轉為電子付款  
(B)金融商品多元化與網路化  
(C)A+B★  
(D)以上皆非
184. 電子商務對組織結構方面的影響有：
- (A)虛擬組織  
(B)創新的經營模式  
(C)A+B★  
(D)以上皆非
185. 下列何者是網路行銷策略的重點：
- (A)網路行銷市場區隔(S)  
(B)網路行銷目標市場選擇(T)  
(C)網路行銷市場定位(P)  
(D)以上皆是★
186. 當今網路行銷組合的觀點，下列何者是正確的： a.產品客製化(以一對一行銷爭取顧客忠誠度)； b.價格彈性化(市場資訊透明，不易壟斷)； c.推廣(廣告)互動化(消費者主動參與/系統即

時回饋)；d.配銷社會化(現代化物流體系-商品在最短時間內送達)；

- (A) a
- (B) ab
- (C) abc
- (D) abcd★

187. 下列對網路外部性的描述，何者為是？

- (A)電子商務決勝的關鍵，不只是產品本身的價值，而是在整個網路生態形勢的價值
- (B)我會使用 e-mail，不在於程式系統的好壞，而在於我的朋友都有 e-mail
- (C)比的不再是誰的品質好，而是誰的普及性（外部性）高
- (D)以上皆是★

188. 從網路經濟的觀點，下列敘述何者為非？

- (A)企業經營的重點不只在「生產成本」，也要重視「交易成本」
- (B)電子商務的重點，不只是在內部的營運成本，更在乎客戶的交易成本
- (C)數位環境中，大量生產才能降低成本★
- (D)數位環境中，一般情況再製成本很低（邊際成本低），因此生產規模的大小影響不大

189. 企業競爭優勢的來源包含那個個構面？a.效率；b.品質；c.創新；d.快速回應顧客需求

- (A) a
- (B) ab
- (C) abc
- (D) abcd★

190. 有關電子商務(electronic commerce)的描述，何者正確？

- (A)電子商務是電子與商務的結合
- (B)電子強調的是網際網路科技；而商務強調的是正確的商業模式
- (C)電子商務的本質在「商務」而不在「電子」
- (D)以上皆是★

191. 金融業間之電子資金移轉作業是屬於電子商務的何種模式？

- (A) B2B(Business-to-Business)★
- (B) B2C(Business-to-Customer)
- (C) C2B(Customer-to-Business)
- (D) C2C(Customer-to-Customer)

192. 台塑集團在網路上成立「供應商交易市集平台」，作為與合作廠商間進行交易的媒介，在電子商務中屬於何種經營模式？

- (A) B2B★
- (B) B2C
- (C) C2C
- (D) C2B

193. 提供消費者合購平台，集體向企業議價之商業行為，在電子商務中屬於何種經營模式？

- (A) B2B
- (B) B2C
- (C) C2C

- (D) C2B★
194. 提供消費者與消費者進行交易平台，在電子商務中屬於何種經營模式？  
(A) B2B  
(B) B2C  
(C) C2C★  
(D) P2P
195. 下列哪些屬於電子商務的經營模式？a.線上拍賣；b.線上購物；c.線上團購；d.B to B 電子市集；e.協同商務；f.社群行銷；g.網路廣告  
(A)abcd  
(B)abcde  
(C)abcdef  
(D)abcdefg★
196. 有關於電子商務經營模式的敘述，下列何者不正確？  
(A)無名小站屬於 B2B★  
(B) Amazon 網路書店屬於 B2C  
(C) eBay 拍賣網站屬於 C2C  
(D)微軟 MSN 屬於 P2P
197. 拍賣網站提供消費者雙方標售二手商品，在電子商務中屬於何種經營模式？  
(A) B2B  
(B) B2C  
(C) C2C★  
(D) P2P
198. 「博客來網路書店」屬於那些種電子商務模式？  
(A) B2B  
(B) B2C★  
(C) C2B  
(D) C2C
199. 「eBay 拍賣網站」屬於那些種電子商務模式？  
(A) B2C  
(B) B2B  
(C) C2B  
(D) C2C★
200. 企業策略規劃涉及那幾個層次的分析？  
(A)總體環境(macro environment)  
(B)產業環境(industry environment)  
(C)企業本身—優勢與劣勢  
(D)以上皆是★
201. Porter 提出三個競爭策略，不包括括？  
(A)成本領導策略  
(B)差異化策略

- (C)擴張策略★  
(D)集中策略(focus strategy)
202. Porter 價值鏈分析包括主要活動與支援活動，下列哪些屬於主要活動？a.原物料配送；b.採購作業；c.技術研發；d.生產；e.行銷；f.成品配送；g.服務；h.人力資源管理；i.企業的基本設施  
(A) abcd  
(B) bchi  
(C) adefg★  
(D) cdefg
203. Porter 價值鏈分析包括主要活動與支援活動，下列哪些屬於支援活動？a.原物料配送；b.採購作業；c.技術研發；d.生產；e.行銷；f.成品配送；g.服務；h.人力資源管理；i.企業的基本設施  
(A) abcd  
(B) bchi★  
(C) adefg  
(D) cdefg
204. 網際網路對產業價值鏈帶來那些衝擊？  
(A)產業價值鏈的縮短  
(B)產對價值鏈的疆固化★  
(C)產業價值鏈的重新定義  
(D)產業價值鏈的虛擬化
205. 下列哪些是顧客關係管理的成功要素？  
(A)人  
(B)企業流程  
(C)科技★  
(D)以上皆是
206. TCP/IP 協議是什麼網絡上所使用的協議  
(A)Internet★  
(B)Intranet  
(C)Extarnet  
(D)LAN
207. 駐留型病毒感染電腦後，把自身駐留部分放在什麼中  
(A) ROM  
(B)軟碟  
(C)硬碟  
(D) RAM★
208. BBS 常用的功能有那些？  
(A)閱讀及發表文章  
(B)收發 E-mail  
(C)交流聊天

- (D)以上皆是★
209. 相對於傳統商務信息，網絡商務信息具有哪些顯著的特點？  
(A)實效性強  
(B)便於存儲  
(C)準確性高  
(D)以上皆是★
210. 網路市場調查的抽樣類型可分為隨機抽樣和非隨機抽樣，下列那些屬於隨機抽樣？a.簡單隨機抽樣；b.方便抽樣；c.系統抽樣；d.判斷抽樣；e.分層抽樣；f. 配額抽樣；g.群集抽樣  
(A) abcd  
(B) aceg★  
(C) cdef  
(D) bdfg
211. 網路市場調查的抽樣類型可分為隨機抽樣和非隨機抽樣，下列那些屬於非隨機抽樣？a.簡單隨機抽樣；b.方便抽樣；c.系統抽樣；d.判斷抽樣；e.分層抽樣；f. 配額抽樣；g.群集抽樣  
(A) abcd  
(B) aceg  
(C) bdfg★  
(D) cdef
212. 網路訂單的後台處理的主要過程不包括：  
(A)訂單傳遞  
(B)收發電子郵件★  
(C)訂單登錄  
(D)訂單處理狀態追蹤
213. 網絡安全的要素包含：a.信息傳輸的保密性；b.數據交換的完整性；c.發送信息的不可否認性；d.交易者身份的確定性；  
(A) a  
(B) ab  
(C) abc  
(D) abcd★
214. 網際網路可歸納出那些特性？a.互動性 B.匿名性；c.個人化；d.公開性；e.免費性；f.群聚性。  
(A) abce  
(B) abcdef★  
(C) abdef  
(D) abcd
215. 病毒式行銷必須掌握網際網路的那些特性？a.互動性 B.及時性；c.個人化；d.公開性；e.便利性；f.群聚性。  
(A) abce  
(B) abcdef  
(C) abdef★  
(D) abcd

216. Skype 標榜只要在任何地方，網內互打講多久都不用錢，提供品質也近似於室內電話的通話品質，推出後，席捲線上即時通訊軟體市場，這是網際網路那項特性？
- (A)匿名性
  - (B)公開性
  - (C)免費性★
  - (D)互動性
217. Facebook 正夯，公司企業都紛紛投入人力，經營相關產品 Facebook 粉絲團，這是網際網路那項特性？
- (A)匿名性
  - (B)公開性
  - (C)群聚性★
  - (D)互動性
218. 不少的網路使用者幾乎都不會提供正確的個人資訊，舉凡使用化名、修改照片或是提供其他錯誤的個人資訊等，這是網際網路那項特性？
- (A)匿名性★
  - (B)公開性
  - (C)群聚性
  - (D)互動性
219. 為了能夠解決網路匿名性造成的行銷問題，業者下列作法何者正確？
- (A)要求使用者註冊
  - (B)Cookies
  - (C)注意使用者隱私權的問題
  - (D)以上皆是★
220. 透過網路使用者可以便利的與其他人進行聯絡，彼此分享資料、興趣、知識和想法，這是網際網路那項特性？
- (A)匿名性
  - (B)公開性★
  - (C)群聚性
  - (D)互動性
221. 越來越多業者透網路行銷，並根據消費者先前的消費經驗、使用模式、存取資料等，主動判斷出消費者的可能需求，進提供符合消費者需求的產品，這是網際網路那項特性？
- (A)匿名性
  - (B)公開性
  - (C)個人化★
  - (D)互動性
222. 網路上交易的定價模式包含：
- (A)撮合
  - (B)向上議價
  - (C)向下議價
  - (D)以上皆是★

223. 網路行銷組合的概念包括：a.產品、b.價格、c.促銷、d.通路、e.顧客經驗、f.顧客關係、g.溝通及 h.社群等，那些是屬於傳統行銷組合？  
(A)abcd★  
(B)efgh  
(C)aceg  
(D)bdfh
224. 網路行銷組合的概念包括：a.產品、b.價格、c.促銷、d.通路、e.顧客經驗、f.顧客關係、g.溝通及 h.社群等，那些是屬於顧客觀點行銷組合？  
(A)abcd  
(B)efgh★  
(C)aceg  
(D)bdfh
225. 傳統行銷 4P，下列描述何者有誤？  
(A) PRODUCT  
(B) PRICE  
(C) PROJECT★  
(D) PROMOTION
226. 網路行銷中顧客觀點 4C，下列描述何者有誤？  
(A) CUSTOMER EXPERIENCE  
(B) CUSTOMER RELATIONSHIP  
(C) Consulting★  
(D) COMMUNITY
227. 網際網路可成為其配送通道(Distribution Channel)，下列那些產品可透過網際網路來配送？  
(A)資訊軟體  
(B)錄影帶、音樂  
(C)飛機票或各種表演的門票  
(D)以上皆是★
228. 當網友發現一些新奇的產品，就像流行病病毒一般，很快地就傳播出去，這種靠網友間分享的行銷方式，就稱為：  
(A)一對一行銷  
(B)社會行銷  
(C)病毒式行銷★  
(D)關係行銷
229. 下列何者不是社會行銷觀念的三個基本考量：  
(A)社會(人類福祉)  
(B)消費者(慾望滿足)  
(C)管理者(績效達成)★  
(D)企業(利潤)
230. 以消費者為主的網路社群其經營方式適合：  
(A)量身訂作的訂製化產品

- (B)採個人化或目標行銷的行銷策略  
(C)採行資料庫個人化行銷，配合主題性的活動  
(D)以上皆是★
231. 網際網路的運用為許多產業降低了交易成本，交易成本是泛指：  
(A)買賣雙方蒐集產品交易資訊  
(B)議價、簽約和執行合約  
(C)運輸的成本  
(D)以上皆是★
232. 企業扮演市場營造者的角色，將買賣雙方聚集起來，並由交易上抽取費用。屬於那一種網際網路經營模式？  
(A)經紀模式★  
(B)廣告模式  
(C)商情媒介模式  
(D)經銷商模式
233. 網站提供文章內容與服務以吸引訪客，藉由收取網站上面的橫幅廣告費、或其他廣告費收入。屬於那一種網際網路經營模式？  
(A)經紀模式  
(B)廣告模式★  
(C)商情媒介模式  
(D)經銷商模式
234. 網路業者蒐集關於消費者及其消費習慣等相關資訊，並將其販賣給需要得知顧客情報的企業。屬於那一種網際網路經營模式？  
(A)經紀模式  
(B)廣告模式  
(C)商情媒介模式★  
(D)經銷商模式
235. 批發商與零售商在網際網路上銷售商品或服務。屬於那一種網際網路經營模式？  
(A)經紀模式  
(B)廣告模式  
(C)商情媒介模式  
(D)經銷商模式★
236. 製造商利用網際網路直接與最終消費者聯繫，而不透過批發商或零售商。屬於那一種網際網路經營模式？  
(A)直銷模式★  
(B)社群模式  
(C)訂閱模式  
(D)計費模式
237. 建立社群的忠誠度，形成粉絲團，使他們願意常常光顧該網站，這種社群成員可以是非常好的銷售目標。屬於那一種網際網路經營模式？  
(A)直銷模式

- (B)社群模式★  
(C)訂閱模式  
(D)計費模式
238. 到網站存取某些資料並不是完全免費，會員要繳會費才能得到更高品質的內容。屬於那一種網際網路經營模式？  
(A)直銷模式  
(B)社群模式  
(C)訂閱模式★  
(D)計費模式
239. 網路消費者依其使用活動的多寡來付費，各項活動都被量化，並依其消費的服務量付款。屬於那一種網際網路經營模式？  
(A)直銷模式  
(B)社群模式  
(C)訂閱模式  
(D)計費模式★
240. 網際網路企業可由何種方式來差異化產品？  
(A)產品特色  
(B)時間地點  
(C)產品組合  
(D)以上皆是★
241. 網際網路企業可由何種方式來差異化產品？  
(A)服務品質  
(B)品牌及信譽  
(C)產品組合  
(D)以上皆是★
242. 為了完成支持顧客價值活動，企業需要資源，這些資源包括：  
(A)有形資源  
(B)無形資源  
(C)人力資源  
(D)以上皆是★
243. 網路常見的促銷組合除人員銷售外，尚包含：  
(A)廣告(Advertising)  
(B)公關(Public Relation)  
(C)銷售促銷(Sale Promotion)  
(D)以上皆是★
244. 常用的促銷推廣模式有？  
(A)廣告  
(B)公共關係  
(C)人員銷售  
(D)以上皆是★

245. 運用新聞報導或新聞事件，以不付費的方式，將產品或公司的相關資訊傳播給大眾。此為何種促銷模式？
- (A)廣告
  - (B)公共關係★
  - (C)人員銷售
  - (D)社會行銷
246. 好的促銷策略所要達到的目標，包含：
- (A)吸引顧客
  - (B)留住顧客
  - (C)重複造訪
  - (D)以上皆是★
247. 網路世界中，部落格要時常更新內容，才能持續吸引消費者，這是哪種促銷策略？
- (A)吸引顧客
  - (B)留住顧客
  - (C)重複造訪★
  - (D)以上皆是
248. 在設計促銷活動時，可以透過那些方式：
- (A)內容(Content)
  - (B)廣告(Advertising)
  - (C)購買的便利性(Purchase Facilitation)
  - (D)以上皆是★
249. 購買的便利性(Purchase Facilitation)是要將下列那些項目同時考慮：
- (A)訂購
  - (B)付款
  - (C)配送
  - (D)以上皆是★
250. 下列何者屬於「在家購物」型態：
- (A)電視購物 (TV Shopping)
  - (B)型錄購物 (Catalogs)
  - (C)線上購物 (On Line Shopping)
  - (D)以上皆是★
251. 由企業的觀點，將產品或資訊傳遞給消費者知道，企業主動將資訊傳遞出去，透過下列何種方式？
- (A) 電子郵件
  - (B) RSS 更新 (Really Simple Syndication)
  - (C) MSN 廣告
  - (D) 以上皆是★
252. 要讓消費者願意再次光臨，建立忠誠度，就要使顧客有難忘的電子體驗，顧客體驗是由四個階段逐步形成的，其順序如何？a.經驗的內化；b.體驗網站親密性；c.體驗網站功能；d.經驗的傳播

- (A)abcd
  - (B)cbad★
  - (C)bcad
  - (D)dcba
253. Knilans (1997) 認為成功的關係行銷主要是基於三項元素，下列何者為非？
- (A)好的資料庫規劃
  - (B)瞭解顧客的真正價值
  - (C)與媒體建立良好關係★
  - (D)試驗與評估各種促銷工具
254. Knilans (1997) 認為成功的關係行銷主要是基於那幾項元素：
- (A)好的資料庫規劃
  - (B)瞭解顧客的真正價值
  - (C)試驗與評估各種促銷工具
  - (D)以上皆是★
255. 企業透過網際網路來加強與顧客的互動關係，並大量蒐集顧客的相關資料，加以分析、整合而成有利企業的：
- (A)顧客資料 (customer data)
  - (B)顧客知識 (customer knowledge) ★
  - (C)顧客名單 (customer lists)
  - (D)以上皆非
256. 在下列何種社群中，著重在提供相關產業內容，並以相關產業團體為基礎，在此基礎上提供產業互相交易的平台與溝通工具？
- (A) 消費者型社群
  - (B) 溝通型社群
  - (C) 產業型社群★
  - (D) 協同型社群
257. 網路行銷規劃步驟有，a.檢討評估；b.預算制定；c.推廣模式；d.策略發展；e.企業目標；f.市場分析，請依序排列？
- (A) abcdef
  - (B) fedcba★
  - (C) edfbac
  - (D) edbfac
258. 探究產品的優點與機會，並改善現有的缺點與威脅，以提高推廣的成功機率，稱之為？
- (A)消費者背景分析
  - (B) SWOT 分析★
  - (C) STP 分析
  - (D)五力分析
259. 主要為產品的區隔與定位，與競爭對手進行比較，找出最佳的行銷切入點，稱之為？
- (A)消費者背景分析
  - (B) SWOT 分析

- (C) STP 分析★  
(D)五力分析
260. 了解各競爭品牌的市佔率，上遊供應商，市場需求，有無替代品及外在競爭強度，藉此分析進入該產業可行性，稱之為？  
(A)消費者背景分析  
(B) SWOT 分析  
(C) STP 分析  
(D)五力分析★
261. 下列有關網路行銷描述，何者有誤？  
(A)透過網路的協助來從事顧客關係管理  
(B)客製化的主導權在顧客，企業需配合顧客的需求來生產產品  
(C)客製化的主導權在企業，企業先預設顧客可能的需求來發展基本模組  
(D)強調大眾行銷手法★
262. 下列哪些是口碑行銷管道？  
(A)部落格  
(B)電子郵件  
(C)論壇  
(D)以上皆是★
263. 下列有關口碑行銷的描述，何者有誤？  
(A)透過數位化形式  
(B)商業或非商業皆具  
(C)對象限於熟人★  
(D)傳播速度快
264. 下列何者不是網路廣告？  
(A)電子看板★  
(B)橫幅廣告  
(C)關鍵字廣告  
(D)電子郵件廣告連結
265. 下列何者是網路廣告的競爭優勢？  
(A)不受時空限制  
(B)高度互動性  
(C)具備即時性  
(D)以上皆是★
266. 下列有關網路廣告描述，何者有誤？  
(A)利用文字、圖像進行互動式傳播  
(B)廣告製作操控在廣告業者，顧客較少涉入機會★  
(C)消費者可以超連結，產生購物行為  
(D)兼顧大眾與地區性社群
267. 下列有關推式行銷描述，何者有誤？  
(A)病毒式行銷

- (B)關鍵字廣告★
  - (C) E-MAIL
  - (D)以上皆正確
268. 下列有關網路廣告特性，何者有誤？
- (A)廣告即時更新
  - (B)消費者可與產品產生互動關係
  - (C)廣告成本難以掌控★
  - (D)可自行創造廣告
269. 廣告商依照廣告被點選的次數來計價，不管廣告曝光次數的多寡，此種計費方式稱為？
- (A) Cost Per Click★
  - (B) Cost Per Mile
  - (C) Cost Per Action
  - (D) Cost Per Install
270. 是通過用戶網站上廣告的印象數（如頁面瀏覽量）來給用戶付費，計算每千次廣告曝光的成本並做為網路廣告計價依據，此種計費方式稱為？
- (A) Cost Per Click
  - (B) Cost Per Mile★
  - (C) Cost Per Action
  - (D) Cost Per Install
271. 廣告主以消費者透過網路廣告連結到網站後，實際交易金額來支付廣告費用，此種計費方式稱為？
- (A)收益定價★
  - (B)定時定價
  - (C)定時定價與曝光次數
  - (D)關鍵字計費
272. 廣告刊登固定時間，並收取固定的費用，此種計費方式稱為？
- (A)收益定價
  - (B)定時定價★
  - (C)定時定價與曝光次數
  - (D)關鍵字計費
273. 收取固定的費用，且在廣告刊登期間內，保證廣告曝光達到某一次數，此種計費方式稱為？
- (A)收益定價
  - (B)定時定價
  - (C)定時定價與曝光次數★
  - (D)關鍵字計費
274. 廣告置於網頁上方或右方，計算方式讓廣告主決定出價的金額，出價愈高排名位置愈高，此種計費方式稱為？
- (A)收益定價
  - (B)定時定價
  - (C)定時定價與曝光次數

- (D)關鍵字計費★
275. 下列有關網路廣告效益衡量方式，何者正確？  
(A)點送率(click rate)  
(B)網站流量  
(C)觸擊(hit)  
(D)以上皆是★
276. 虛擬社群對廠商的正面價值，不包括？  
(A)增加行銷成本★  
(B)增加顧客的購買傾向  
(C)加強目標行銷的能力  
(D)提高產品和服務的個別化和增值能力
277. 虛擬社群對行銷人員的正面價值，不包括？  
(A)擴大產品／服務的需求  
(B)方便消費者比價★  
(C)刺激顧客回饋  
(D)產生更豐富的顧客和市場資料
278. 下列那些是虛擬社群經營模式的基本因素？  
(A)獨特的宗旨  
(B)整合內容和通訊的能力  
(C)重視會員創作的內容  
(D)以上皆是★
279. 下列何者不是經營虛擬社群時必要的資源？  
(A)內容豐富  
(B)品牌  
(C)顧客關係  
(D)競爭者少★
280. 虛擬社群的報酬遞增模式，包括下列那些元素？a.內容吸引力；b.會員忠誠度；c.會員輪廓資料；d.交易活動  
(A) a  
(B) ab  
(C) abc  
(D) abcd★
281. 由於 Internet 上的虛擬社群普遍存在 network effect，因此當社群人數達到一定規模後，整個社團就會自動快速壯大，這個規模就稱為？  
(A) mass media 大眾媒體  
(B) critical mass 臨界質量★  
(C) scope mass  
(D) mass effect
282. 虛擬社群第一階段的主要經營目標是？  
(A)想辦法縮短達到臨界規模的時間★

- (B)想辦法增加資金來源
  - (C)想辦法增加業外收入
  - (D)想辦法增加利潤率
283. 虛擬社群會員發展包括四個階段，請問第一階段是？
- (A)建立忠貞
  - (B)獲取價值
  - (C)吸引會員★
  - (D)增加參與
284. 何者不屬於價值鏈中的支援活動？
- (A)採購作業
  - (B)技術發展
  - (C)人力資源
  - (D)顧客服務★
285. 下列何者屬於價值鏈的主要活動？
- (A)原物料後勤★
  - (B)人力資源管理
  - (C)企業基礎建設
  - (D)採購作業
286. 運用智慧卡電子付款時，應該考量因素中重要性最低者是？
- (A)方便(Convenience)★
  - (B)授權(Authorization)
  - (C)資料完整性(Integrity)
  - (D)資料保密性(Confidentiality)
287. 設計良好的智慧卡應包括下列哪些功能？a.確保持卡人個人資料的隱密性；b.確保服務的不可否認性；c.確保資料在傳送過程中的機密性；d.確保智慧卡內部資料的真確性；
- (A) a
  - (B) ab
  - (C) abc
  - (D) abcd★
288. 下列何者非屬於預付式電子付款系統？
- (A)電話卡
  - (B)信用卡 ★
  - (C)悠遊卡
  - (D) iCash
289. 電子付款系統之安全需求，不包括那一項？
- (A)身份認證性
  - (B)資料保密性
  - (C)可否認性★
  - (D)資料完整性
290. 下列何者不屬於電子現金的特性？

- (A)不易被複製或篡改
  - (B)不可轉帳★
  - (C)具匿名性
  - (D)不可回溯性
291. 關於電子支付機制，下列何者有誤？
- (A)數位簽章具有交易者身份的識別
  - (B)防火牆是針對資料庫的保護而設計
  - (C)電子簽章具有不可否認性
  - (D)電子錢包一般適合處理大額付款★
292. 在網路保全的方式中，目前最常用的方式是？
- (A) DNA 驗證
  - (B)生物特徵辨識
  - (C)主機保全
  - (D)密碼設定★
293. 電子商務網站最大的安全威脅來源是？
- (A)詐欺
  - (B)內部鬆散的安全程序★
  - (C)監聽程式的竊聽
  - (D)駭客入侵
294. 安全電子付款系統應有下列哪些安全要求？
- (A)資料保密性
  - (B)資料完整性、防止拒付
  - (C)身份認證性
  - (D)以上皆是★
295. 電子現金的哪一個特性，可經由不同金融機構存提款設備作業？
- (A)匿名性
  - (B)可分性
  - (C)離線付款
  - (D)可轉換性★
296. 下列敘述何者不正確？
- (A)智慧卡可用來記個人消費記錄
  - (B)電子現金以數位方式儲存，且具匿名性
  - (C)電子現金主要不是用以處理大額消費
  - (D) B2C 的交易付款金額通常大於 B2B 的交易付款金額★
297. 目前常見的電子商務的線上付費方式有那些？
- (A)線上信用卡
  - (B) Web-ATM
  - (C)數位現金、線上儲值系統
  - (D)以上皆是★
298. 網際網路服務提供者(ISP)最主要提供下列何種服務？

- (A)線上購物
  - (B)連線服務★
  - (C)線上拍賣
  - (D)線上團購
299. 目前網際網路連線最常用的通訊協定是？
- (A)藍芽
  - (B) TCP/IP★
  - (C)紅線外
  - (D) NetBEUI
300. 全球資訊網(WWW)的文件主要使用下列哪一種格式？
- (A)純文字文件(.txt)
  - (B) HTML 文件(.html)★
  - (C)可攜式文件(.pdf)
  - (D) Word 文件(.doc)