

1. 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
2. 遴選高階活動人力相關方法包括：1. 筆試 2. 面試 3. 書面徵選 4. 推薦徵信，以下請選出適當遴選程序：(A)1234 (B)2143 (C)1324 (D)3124
3. 發展與執行活動營運計畫、活動控制系統、突發狀況應變措施，為下列那一項活動規劃工作：(A)活動策略規劃 (B)活動顧客規劃 (C)活動行銷宣傳規劃 (D)活動執行規劃
4. 依循活動策略、依不同目標對象擬定配套宣傳規劃，為下列那一項活動規劃工作：(A)活動策略規劃 (B)活動顧客規劃 (C)活動行銷宣傳規劃 (D)活動執行規劃
5. 當一個會議採取公開徵求論文的方式排定議程時，如果合格的應徵論文總數超過會議議程所能容納的數量，下列的取捨標準中，應以採行何者最為恰當？(A)以豐富會議主題的廣度與深度為原則 (B)以投稿的先後次序為原則 (C)以平衡入選者的地域代表性為原則 (D)以平衡組成產、官、學的報告人結構為原則。
6. 辦理會議活動，對主辦單位而言利用網際網路作線上報名方式之所以已被許多會議行銷人所廣泛採用。以下何者非其效益：(A)方便提供即時服務 (B)提早掌握行銷成果 (C)第一時間掌握目標對象的正面意願等 (D)有分散作業負荷
7. 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
8. 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)必須伴隨有各個階段的達成程度
9. 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參展廠商 (D)以上三者都有幫助
10. 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
11. 對於學術研討會的行銷人而言，研修議程(Tutorial Program)最應是： (A)擴大招募基礎的手段之一 (B)表彰會議定位的指標之一 (C)增加會議收入的來源之一 (D)平衡與眾結構的對策之一
12. 下列何者不是展覽展名擬定之考慮因素？ (A)符合主題 (B)要酷要炫 (C)加入舉辦地之國家或城市名稱 (D)容易讀容易記
13. 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：(A)由此對團隊成員，產生激勵的力量 (B)由此對有利時段，產生先占先贏的效果 (C)由此對場館出租者，產生不容反悔的壓力 (D)由此對目標對象，產生儘早預告的效果
14. 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： (A)協助台灣美食拓展海外市場 (B)沖淡「台北國際電腦展」等高科技專業展的刻板印象 (C)推廣商務、美食、觀光 (D)與國內各項美食活動串連造成風潮
15. 開發新展的方法，下列何者為非？ (A)市場調查 (B)尋求公協會支持 (C)參考競爭者展覽 (D)政府態度為主要考量
16. 下列何者是一個地方存在可以舉辦展覽的因素？ (A)具廣大消費力 (B)產業研發或生產重地

- (C)經濟、資訊、交通之樞紐 (D)以上皆是
17. 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 (A)運用電視新聞跑馬資訊 (B)人員聯絡廠商告知 (C)官方網站發佈訊息 (D)廣播車沿路廣播
18. 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
19. 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
20. 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
21. 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
22. 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
23. 下列那一項展覽不適合進行獎勵旅遊之行銷？ (A)EIBTM (B)COMPUTEX (C)IMEX (D)IT&CMA
24. 下列那一項旅遊展覽為目前世界最大規模之旅展？ (A) ITB (B)IMEX (C)ITF (D) AIME
25. 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. 迪斯可燈 5. 佛教之傳心燈 (A)1, 3, 5 (B)2, 3, 4, 5 (C) 1, 4, 5 (D) 1, 2, 3, 4
26. 下列何者非獎勵旅遊企畫書之必要內容？ (A)特殊活動安排 (B)當地交通介紹 (C)美食安排 (D)專門技術參訪
27. 以下何種非活動相關資訊供應管理工作： (A)彙整活動資訊 (B)傳達緊急資訊 (C)設置資訊設備 (D)架設活動指示標誌
28. 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
29. 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
30. 「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)研討會
31. 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
32. 為使展覽行銷效益達到最大，下列那個敘述最為正確？(A)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
33. 會展行銷規劃的第一步是：(A)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。
34. 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。
35. 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



目不可使用計算機\*

36. 辦理各項展會活動，如安排有國家元首蒞臨參加現場活動，在數日前安全人員勘查現場場地時所需準備事項，以下何者為非：(A)協調接待元首人員 (B)協調配花人員 (C)活動程序表 (D)貴賓名單
37. 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
38. 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
39. 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
40. 下列那種產業不是會展產業的核心產業？(A)展場管理公司 (B)展覽館 (C)航空公司 (D)會議籌辦公司
41. 下列何者不是會議使用場地之類型 (A)大型郵輪 (B)城市內大型旅館 (C)大學校院 (D)豪華電影院
42. 佛洛伊德心理分析理論中，認為人類的行為時常面對的衝突是：(A)對本我的衝突 (B)對自我的衝突 (C)對超我的衝突 (D)以上皆是
43. 下列何者非執行獎勵旅遊業者的行銷對象？(A)刊登企業雜誌廣告 (B)產業拜訪與聯繫 (C)國際旅展設攤 (D)刊登報紙廣告
44. 活動顧客與活動的所有接觸點，為以下那一項活動行銷基本要素：(A)活動產品/服務 (B)活動價格 (C)活動促銷 (D)活動通路
45. 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
46. 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
47. 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：(A)超大型活動 (B)特色活動 (C)重要活動 (D)區域活動
48. 活動主辦單位可透過下列哪些管道取得活動評估訊息？(A)活動場控人員 (B)參與活動民眾 (C)活動現場販售商品的商家 (D)以上皆是
49. 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：(A)1 2 3 4 5 (B)2 1 4 3 5 (C)1 3 2 4 5 (D)3 1 4 2 5
50. 活動排隊服務應考慮的後勤因素不包含下列哪一項？(A)排隊動線規劃 (B)排隊等候時間規劃 (C)活動宣傳起迄時間 (D)相關服務人員數量