

指標	題號	題庫內容
網路行銷與行動商務概論	1.	下列描述何者不正確？ (A)Extranet 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)Internet 是指企業間網路★
	2.	GPS 是使用人造衛星所提供的全球定位系統，其收費方式的敘述，何者正確？ (A)GPS 是計時收費 (B)GPS 是按照距離收費 (C)GPS 是一種免費服務★ (D)GPS 是計次收費
	3.	消費者在網路上的行為，下列何者最正確：①知曉 (Awareness)、②產生興趣 (Interest)、③搜尋 (Search)、④購物 (Action)、⑤分享 (Share) (A)①→②→④ (B)①→⑤→②→③→④ (C)①→②→③→④→⑤★ (D)①→②→③→⑤→④
	4.	有關電子商務對企業效益的描述，下列何者不正確？ (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
	5.	「免費下載桌布」是屬於網路行銷組合 4P 決策中的何者？ (A)產品 (B)價格 (C)通路 (D)推廣★
	6.	有關網路行銷組織 4P 與 4C 的對應關係，下列者最正確？①產品 vs. 顧客需求與慾望、②價格 vs. 成本、③推廣 vs. 溝通、④通路 vs. 便利 (A)① (B)①② (C)①②③ (D)①②③④★
	7.	下列哪些不是常見的網路行銷手法？ (A)藍海行銷★ (B)病毒行銷 (C)關鍵字行銷 (D)Blog 行銷

指標	題號	題庫內容
	8.	廣大市場的消費者因其習性、需求等皆不同，故行銷者為確實掌握目標市場，有效分配企業資源，最須要進行何種活動？ (A)通路分配 (B)市場區隔★ (C)促銷廣告 (D)市調分析
	9.	消費者行為分析的「六 W」，為 Who、How、When、What、Where 及 (A)Whom (B)Which (C)Why★ (D)Want
	10.	下列何者不屬於行銷組合中主要的四個 P？ (A)績效(Performance)★ (B)推廣(Promotion) (C)產品(Product) (D)分配通路(Place)
	11.	下列何者不屬於電子商務的主要四個流(flow)？ (A)物流 (B)金流 (C)時尚流★ (D)資訊流
	12.	在電子商務的七個流(flow)中，指錢或帳的流通過程是？ (A)資訊流 (B)人才流 (C)商流 (D)金流★
	13.	在電子商務的七個流(flow)中，指商品所有權的轉移是？ (A)金流 (B)商流★ (C)物流 (D)資訊流
	14.	在電子商務的七個流(flow)中，指實體商品流動或運送傳遞是？ (A)物流★ (B)金流 (C)商流 (D)設計流
	15.	產品能帶給消費者的利益是屬於

指標	題號	題庫內容
		(A)核心產品★ (B)有形產品 (C)引伸產品 (D)擴大產品？
	16.	下列何者是透過顧客關係管理（CRM）以提升企業服務品質的行為， (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★
	17.	經由網路向航空公司購買機票，這是屬於哪一型態的電子商務？ (A)B2C★ (B)C2C (C)C2B (D)B2B
	18.	在 Priceline 網站上，若同一時間、同一班機出發的旅客人數，累積到 10 名以上時，該網站便會替消費者向航空公司議價，以取得較優惠的票價；請問這是屬於哪一種電子商務的類型？ (A)B2B (B)B2C (C)C2C (D)C2B★
	19.	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★
	20.	BtoC 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
	21.	一般而言，網路行銷的極致為何？ (A)利基行銷 (B)大眾行銷 (C)小眾行銷 (D)一對一行銷★

指標	題號	題庫內容
	22.	有共同興趣的人，在網路上形成一個虛擬團體，成員間可藉由某些線上服務分享資訊，這是哪一種概念？ (A)商務(Commerce) (B)基模(Context) (C)社群(Community)★ (D)內容(Content)
	23.	網路行銷對消費者的好處有哪些？1. 不受時間限制的消費方式；2. 不受地點限制的消費方式；3. 資訊充足；4. 不受廣告及銷售人員的影響 (A)1. 2. 3. (B)2. 3. 4. (C)1. 3. 4. (D)1. 2. 3. 4. ★
	24.	網路行銷對企業的好處有哪些？1. 市場得以延伸；2. 不需透過配銷商就可以降低通路成本；3. 能迅速反應市場需求，增加產品或改變行銷規劃；4. 能與消費者建立應對式的互動對話 (A)1. 2. 3. (B)2. 3. 4. (C)1. 3. 4. (D)1. 2. 3. 4. ★
	25.	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
	26.	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★
	27.	網路廣告效果評估指標有哪些？1. 曝光數(Impression)；2. 每千次曝光成本(CostPerMille)；3. 點選率(Click)；4. 轉換率(Conversion)；5. 收視率 (A)1. 2. 3. 4. ★ (B)1. 3. 4. 5. (C)2. 3. 4. 5. (D)1. 2. 3.
	28.	網路廣告設計時所須考慮的事項有哪些？ (A)廣告須針對特定群體或個人而設計

指標	題號	題庫內容
		(B)廣告時須強調公司品牌與形象 (C)廣告設計須注意對視覺的吸引力 (D)以上皆是★
	29.	病毒式行銷(ViralMarketing)是指以非常具有創意或加入很驚人聳動元素，穿插融入在產品或服務，並結合下列何者快速傳播 (A)電子郵件(E-MAIL) (B)網站 (C)故事行銷 (D)以上皆是★
	30.	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、h. 社群等，哪些是屬於顧客觀點行銷組合？ (A)abcd (B)efgh★ (C)aceg (D)bdfh
	31.	行銷組合的概念包括：a. 產品、b. 價格、c. 促銷、d. 通路、e. 顧客需求、f. 顧客成本、g. 溝通及 h. 便利性等，哪些是屬於顧客觀點行銷組合？ (A)abcd (B)efgh★ (C)aceg (D)bdfh
	32.	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(Marketsegmentation) (B)選擇目標市場(Markettargeting) (C)市場推廣(MarketPromotion)★ (D)市場定位(Marketpositioning)
	33.	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、h. 社群等，哪些是屬於企業觀點行銷組合？ (A)abcd★ (B)efgh (C)aceg (D)bdfh
	34.	下列哪些是網際網路科技對「行銷管理」方面的影響？1. 從大眾行銷到一對一個人化行銷；2. 持續關係行銷-顧客關係管理(CRM)思維；3. 自助式服務；4. 從前市場區隔是企業作的，網路化後顧客可以自己形成區隔化市場(透過社群) (A)1. 2. 3. (B)2. 3. 4.

指標	題號	題庫內容
		(C)1. 3. 4. (D)1. 2. 3. 4. ★
	35.	資料採礦(DataMining)主要用於哪一種企業電子化功能？ (A)ERP (B)SCM (C)CRM★ (D)KM
	36.	關於以下對網路廣告的描述，何者為非？ (A)網路廣告的傳遞成本與實體差不多★ (B)網路廣告可以精準的鎖定目標消費者 (C)網路廣告可以因互動性增加廣告效果 (D)網路廣告可使用的溝通線索豐富性高於傳統實體媒介
	37.	下列哪一項不是網路行銷對企業的價值？ (A)接觸更多客戶 (B)提供客製化服務 (C)降低交易成本 (D)提高產品品質★
	38.	關於產品發展策略中，「Amazon 網站讓顧客根據自己的需求訂定想要購買的清單 (wishlist)」指的是下列何種策略？ (A)客製化 (Customization) ★ (B)改善或改變現有的產品 (C)增加現有的產品線 (Additiontoexistingproductlines) (D)低成本模仿品 (Me-too lower-cost products)
	39.	所謂「顧客價值」的描述，下列何者不正確？ (A)顧客價值是顧客感覺所獲得的利益與付出成本之比值 (B)要讓顧客有物超所值的感覺，交易才容易達成。 (C)價值是客觀的，價格是主觀的★ (D)顧客成本包含：金錢成本、時間成本、精力成本、心理成本
	40.	有關網路行銷，下列描述何者不正確？ (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)無論哪一項組織都可以利用企業的部落格來招攬會員★ (D)透過網路可以創造出跨國經營或是國際宣傳效果
	41.	企業網站針對網路會員不同的輪廓屬性，依據所收集相關造訪及交易行為提供不同的量身訂作專屬服務，稱之為網路行銷的 (A)CPM (B)CRM★

指標	題號	題庫內容
		(C)CPC (D)CTR
	42.	誠品書店有實體店面，也經營購物平台，這種經營模式屬於下列何種？ (A)純實體經營 (PurePhysical) (B)純線上經營 (PurePlay) (C)虛實合一 (ClickandMortar) ★ (D)以上皆是
	43.	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
	44.	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
	45.	網際網路行銷的優勢，何者有誤？ (A)消費者可以獲得更多的資訊 (B)消費者可以直接看到或觸摸商品★ (C)節省購物時間、降低銷售成本 (D)業者能獲取更多的客戶資訊
	46.	下列何者為企業可以進行網路行銷活動的途徑？ (A)創設實體店面 (B)刊登電視廣告 (C)郵寄產品型錄 (D)參加網路社群★
	47.	電子商務對行銷理論與實務的影響為： (A)使價格改變更快速 (B)中間商的減少 (C)消費者較容易得到競爭產品的資訊 (D)以上皆是★
	48.	「虛擬商店」是指： (A)網路購物★ (B)自動販賣 (C)展示推銷 (D)多層次傳銷

指標	題號	題庫內容
	49.	網路商店須注意下列哪些事項？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★
	50.	「_____」是對目標顧客所進行產品與組織的告知與說服，除了單純告知目標顧客某些組織和產品相關的訊息，也可以改變顧客的態度，促使顧客採取行動。 (A)通路 (Place) (B)價格 (Price) (C)產品 (Product) (D)推廣 (Promotion) ★
	51.	何謂 e-Business？ (A)電子商務 (B)電子看板 (C)電子商業★ (D)顧客關係管理
	52.	何謂 e-Commerce？ (A)電子商業 (B)電子商務★ (C)電子交易 (D)顧客關係管理
	53.	何謂 M-Commerce？ (A)電子商業 (B)行動電子商務★ (C)電子交易 (D)顧客關係管理
	54.	何謂 M-CRM？ (A)電子商業 (B)行動電子商務 (C)電子交易 (D)行動顧客關係管理★
	55.	下列關於行銷概念的敘述，何者最為適當？ (A)行銷就是打廣告 (B)行銷的起點在於人們生活的需要★ (C)行銷組合包括產品、價格、通路及生產力 (D)價格知覺優於價值知覺時交易才會發生

指標	題號	題庫內容
	56.	消費者對網路商店的滿意度包括哪些？ (A)網路商店的服務品質 (B)商品資訊的品質 (C)資訊系統的品質 (D)以上皆是★
	57.	網路商店的成功關鍵因素有那幾項？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
	58.	下列何者不是物流對行銷的助益？ (A)現今物流提升顧客滿意度 (B)現今物流整合上中下游供應鏈的作業流程 (C)現今物流支援行銷通路 (D)現今物流主要協助銷售後的後勤支援★
	59.	在供應鏈上，由於處理程序的延遲，造成需求放大(或縮小)的效果，稱為 (A)延遲效應 (B)長鞭效應★ (C)扭曲效應 (D)差異效應
	60.	資訊科技(IT)對物流系統的貢獻，以下何者不正確？ (A)提升物流作業效率 (B)使供應鏈使用者即時取得所需資訊 (C)增加管理的不確定性★ (D)快速回應顧客需求
	61.	利用二維條碼的掃瞄，搜集零售商銷售情報，以便隨時補充產品的是何種系統？ (A)加值網路(VAN) (B)電子資料交換(EDI) (C)銷售點情報管理(POS)★ (D)電子訂貨系統(EOS)
	62.	對無線射頻識別技術(RFID)的描述，何者不正確？ (A)主要由標籤、讀取器和天線組成 (B)一次可讀取多個標籤資料 (C)目前普及率較條碼高★ (D)讀取速度較條碼快
	63.	哪一種資訊系統可使產銷雙方資訊快速傳達在上下游夥伴間？

指標	題號	題庫內容
		(A)顧客關係管理系統(CRM) (B)企業資源規劃系統(ERP) (C)知識管理系統(KM) (D)供應鏈管理系統(SCM)★
	64.	在電子交易中，下列何者負責調解網路交易爭議？ (A)電子證書認證中心 (B)公正第三者★ (C)收單銀行 (D)發卡銀行
	65.	確保傳送資料不被竊取，是電子付款系統之那一項安全需求？ (A)身分認證性 (B)不可否認性 (C)資料保密性★ (D)資料完整性
	66.	下列何者是指現金預先被儲值在卡片內，讓使用者可藉此來進行購物的行為 (A)信用卡 (B)提款卡 (C)儲值卡★ (D)簽帳卡
	67.	下列何者不屬於預付式電子付款系統？ (A)電話卡 (B)信用卡★ (C)悠遊卡、一卡通 (D)iCash
	68.	下列何者不屬於實體付款機制？ (A)郵政劃撥付款 (B)預付卡 (C)行動付款★ (D)ATM 轉帳付款
	69.	用 IT 來蒐集、分析客戶消費資料，發展現有客戶的關係或發現客戶的可能需求，提供適當的解決方案，進而提高滿意度與忠誠度。稱為： (A)市場調查 (B)顧客關係管理★ (C)市場需求研究 (D)顧客服務流程
	70.	有關網際網路商店的優勢，下列何者不正確？ (A)消費者可以直接觸摸到商品★

指標	題號	題庫內容
		(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)店家能獲取更多的客戶資訊
	71.	「網路拍賣、創業開店」是年輕人常選擇的創業方式，年輕人會選擇該項創業方式的主要原因是： (A)獲利穩定 (B)網購經驗不足 (C)創業成本較低★ (D)社會歷練豐富
	72.	安全的付款系統必須具哪些特性？①具有交易雙方驗證身分能力、②確保傳送過程中相關資訊的私密性、③確保所傳遞資料的正確性、④交易完成後須具有不可否認性的能力、⑤使用多元化的安全協定，在不同情況下具有不同的限制存取能力 (A)①② (B)①③⑤ (C)①②③④ (D)①②③④⑤★
	73.	下列何者不是行動商務的應用？ (A)簡訊應用 (B)行動購物 (C)拍照★ (D)行動遊戲
	74.	下列何者並非企業所著重行動商務策略？ (A)提供共同化服務★ (B)提供各種付款選擇 (C)扮演無線入口網站角色 (D)提供相關用戶資料，以吸引內容供應商
	75.	用手機攝影鏡頭一拍，立刻解碼出豐富的信息內涵的是？ (A)一維條碼 (B)二維條碼★ (C)RFID (D)NFC
	76.	關於顧客檔案的對應關係，下列何者為非？ (A)誰是我們的顧客→顧客特徵 (B)顧客需求什麼→顧客消費動機 (C)顧客重視的價值在那裡→顧客行為偏好★ (D)顧客期待什麼→顧客行為偏好
	77.	網路行銷最重要的關鍵是：

指標	題號	題庫內容
		(A)擁有共通興趣的一群人 (B)如何將目標客戶群帶往自己官方網站或購物平台★ (C)透過訊息交換進行互動 (D)以上皆是
行動商務內涵與應用	78.	在企業外部(對外)，運用有線通訊設備來進行的 E 化商業模式，稱為 (A)電子商務(ElectronicCommerce)★ (B)行動商務(MobileCommerce) (C)電子商業(E-Business) (D)行動商業(M-Business)
	79.	在企業外部，運用無線通訊設備所進行的 E 化商業模式，如用手機上網採購等，稱為 (A)電子商務(ElectronicCommerce) (B)行動商務(MobileCommerce) ★ (C)電子商業(E-Business) (D)行動商業(M-Business)
	80.	企業運用有線通訊設備來整合內部的電子化，並擴增到 B2B、B2C 的交易流程中，此一 E 化商業模式，稱為 (A)電子商務(ElectronicCommerce) (B)行動商務(MobileCommerce) (C)電子商業(E-Business)★ (D)行動商業(M-Business)
	81.	將網際網路導入無線化，並加上電子商業的功能的 E 化商業模式，稱為 (A)電子商務(ElectronicCommerce) (B)行動商務(MobileCommerce) (C)電子商業(E-Business) (D)行動商業(M-Business)★
	82.	在企業內部，運用有線通訊設備來進行的 E 化作業模式，如 ERP(企業資源規劃)等，稱為 (A)電子商務(ElectronicCommerce) (B)行動商務(MobileCommerce) (C)企業內部電子化★ (D)行動商業(M-Business)
	83.	在企業內部，運用無線通訊設備來進行的 E 化作業模式，稱為 (A)電子商務(ElectronicCommerce) (B)行動商務(MobileCommerce) (C)企業內部行動化★ (D)行動商業(M-Business)

指標	題號	題庫內容
	84.	下列何者不屬於行動商務的特點？ (A)行動消費與行動服務模式 (B)傳輸有線化，保密性高★ (C)個人化行動媒體的資訊傳播威力 (D)任何時間、地點可以完成任何作業
	85.	下列何者屬於行動商務的特點？ (A)不受時間影響(Timeless) (B)方便性(Convenience)及在地性(Localization) (C)個人化(Individualization) (D)以上皆是★
	86.	下列何者不是行動商務的發展應用？ (A)個人資訊管理 (B)行動供應鏈 (C)行動工作 (D)定點工作★
	87.	在個人服務方面，行動商務將為大眾帶來哪些便利選擇？ (A)消費 (B)通訊 (C)娛樂 (D)以上皆是★
	88.	在行動商務的行銷，除了單向的「廣告」外，還要能提供消費者： (A)搜尋（提供適合的連結網頁） (B)購物（導引到行動購物網站） (C)分享（直接連結到臉書等分享工具） (D)以上皆是★
	89.	下列敘述，何者最為正確？ (A)行動商務是由過去的 O2O (OnlinetoOffline 或 OfflinetoOnline) 轉變為 M2O (MobiletoOnline/Offline) (B)O2O 是把消費者從線上吸引到線下（實體通路）購買，或是由線下媒體把消費者帶到線上（電商購物） (C)行動商務則是在運用行動裝置，讓消費者在線上和線下交互影響，最終達成購物的目的 (D)以上皆是★
	90.	下列何者不是行動商務重點發展的項目？ (A)行動化辦公室 (B)客製化行動增值服務 (C)建構行動化供應鏈資訊

指標	題號	題庫內容
		(D)行動 e 化政府★
	91.	下列何者不屬於 B2C 行動商務領域？ (A)行動廣告、行動購物 (B)行動學習 (C)行動金融服務-銀行/券商 (D)行動餐車★
	92.	下列何者屬於 B2E (Business to Employee) 行動商務的應用範圍？ (A)讓員工能透過無線上網設備隨時隨地收發電子郵件、查閱及修改行事曆 (B)讓在外員工能透過無線網際網路連上公司系統，即時查詢、更新各項資訊 (C)讓在外員工能快速有效率地完成工作（訂購單等），以滿足本身或客戶的需求 (D)以上皆是★
	93.	下列何者不屬於行動商務的客戶端工具？ (A)筆記型電腦 (B)平板電腦 (C)智慧型手機 (D)桌上型個人電腦★
	94.	下列哪些是行動商務的關鍵成功因素？①傳輸管道寬頻化、②行動服務社群化、③社群連結互動化、④互動過程保密化 (A)①②③ (B)①②④ (C)①③④ (D)①②③④★
	95.	關於行動商務 (M-Commerce) 的敘述，下列何者錯誤？ (A)不受時間限制(AnyTime) (B)不受地點限制(AnyWhere) (C)不受地區限制，但受到時間限制★ (D)使用手機上網，同樣會遭遇電子商務的隱私權災害，如垃圾郵件與未獲同意的追蹤
	96.	消費者藉由行動商務可進行哪些電子商務交易？①行動訂票、②手機股票下單、③行動付款、④行動線上比價、⑤行動廣告、⑥行動娛樂、⑦行動遠距離教學 (A)①至⑤均可，⑥不可行 (B)①至⑤均可，⑦不可行 (C)①至⑥均可，⑦不可行 (D)①至⑦均可★
	97.	關於家庭連網的敘述，下列哪些正確？①筆記型電腦可透過藍牙連接可行動上網的手機，來連接網際網路、②透過 WirelessUSB(WUSB)技術，連結家中印表機、網路分享器等共享使用、③家中無線區域網路(WLAN)連結可應用 Wi-Fi 網路裝置、④家

指標	題號	題庫內容
		<p>中多台電腦也可以用電力線網路連結</p> <p>(A)①②③</p> <p>(B)①②④</p> <p>(C)①③④</p> <p>(D)①②③④★</p>
	98.	<p>下列何者非企業對企業(B2B)進行電子商務之利益？</p> <p>(A)企業導入 B2B 電子商務後，需準備較多的存貨以滿足顧客需求★</p> <p>(B)可經由此方式，接觸新客戶且獲取新的利益</p> <p>(C)企業導入 B2B 電子商務，可有效降低採購流程的成本</p> <p>(D)透過 B2B 電子商務，可使採購流程自動化並提供企業相關採購指引</p>
	99.	<p>將企業由內至外之所有資源如專業知識和系統(如 ERP、SCM、CRM 等)整合起來以達企業分享知識及經驗之效果，稱為？</p> <p>(A)供應鏈管理(SupplyChainManagement)</p> <p>(B)網路行銷(InternetMarketing)</p> <p>(C)協同商務(CollaborativeCommerce)★</p> <p>(D)企業資源規劃(EnterpriseResourcePlanning)</p>
	100.	<p>有關行動通訊的發展歷程，下列何者排序正確？</p> <p>(A)AMPS→GPRS→GSM→WCDMA→LTEAdvanced</p> <p>(B)AMPS→WCDMA→LTEAdvanced→GSM→GPRS</p> <p>(C)AMPS→GSM→GPRS→WCDMA→LTEAdvanced★</p> <p>(D)WCDMA→LTEAdvanced→AMPS→GSM→GPRS</p>
	101.	<p>下列何者最適合用在電腦週邊裝置或是消費性電子產品之間的連線？</p> <p>(A)微波傳輸技術</p> <p>(B)紅外線傳輸技術</p> <p>(C)藍芽技術★</p> <p>(D)網際網路技術</p>
	102.	<p>有關藍芽技術的敘述，下列何者不正確？</p> <p>(A)一種高頻無線通訊的方式</p> <p>(B)提供低成本、低功率的產品使用</p> <p>(C)提供低成本、高功率的產品使用★</p> <p>(D)可以應用在行動電話、PDA、筆記型電腦等</p>
	103.	<p>下列何者不是行動商務的特點？</p> <p>(A)傳輸有線化★</p> <p>(B)行動消費與服務模式</p> <p>(C)個人化行動媒體的資訊傳播威力</p> <p>(D)任何時間、地點、任意方式可以完成任何作業</p>
	104.	<p>下列何者不是行動商務的發展應用？</p>

指標	題號	題庫內容
		(A)個人資訊管理 (B)行動供應鏈 (C)定時工作★ (D)行動工作
	105.	以企業的角度來看，行動商務可以擴展哪種廣度以及提升營運作業效率？ (A)個人資訊管理 (B)內部及外部業務行動 e 化★ (C)工作站 (D)定點工作
	106.	行動電子商務的價值鏈包括哪幾個環節？①傳輸服務、②基本科技服務、③交易支援、④螢幕呈現服務、⑤個人化服務、⑥用戶應用軟體、⑦內容集結服務 (A)①②③④ (B)①②③④⑤ (C)①②③④⑤⑥ (D)①②③④⑤⑥⑦★
	107.	行動電子商務的價值鏈中，何者是最基本(低)環節？①傳輸服務、②基本科技服務、③交易支援、④螢幕呈現服務、⑤個人化服務、⑥用戶應用軟體、⑦內容集結服務 (A)①★ (B)② (C)③ (D)④
	108.	行動電子商務的價值鏈中，何者是最高層環節？①傳輸服務、②基本科技服務、③交易支援、④螢幕呈現服務、⑤個人化服務、⑥用戶應用軟體、⑦內容集結服務 (A)① (B)② (C)⑥ (D)⑦★
	109.	包括主機代管、資料的備份與系統之整合，業者能透過手機提供各項線上服務，是屬於行動電子商務的價值鏈中，哪一層環節？ (A)第一層傳輸服務 (B)第二層基本科技服務★ (C)第三層交易支援 (D)第四層螢幕呈現服務
	110.	建立用戶付款與安全機制，是屬於行動電子商務的價值鏈中，哪一層環節？ (A)第一層傳輸服務 (B)第二層基本科技服務

指標	題號	題庫內容
		(C)第三層交易支援★ (D)第四層螢幕呈現服務
	111.	針對不同用戶依個人習慣需要及使用方式，提供個人化貼心服務，是屬於行動電子商務的價值鏈中，哪一層環節？ (A)第一層傳輸服務 (B)第二層基本科技服務 (C)第四層螢幕呈現服務 (D)第五層個人化服務★
	112.	包含一般網路服務(如線上購物)，及專為用戶設計的服務(尋找附近店家、行動字典等)，是屬於行動電子商務的價值鏈中，哪一層環節？ (A)第一層傳輸服務 (B)第二層基本科技服務 (C)第四層螢幕呈現服務 (D)第六層用戶應用軟體★
	113.	提供分類內容或協尋資料的入口網站，簡化搜尋過程，避免傳輸速度被拖慢，是屬於行動電子商務的價值鏈中，哪一層環節？ (A)第一層傳輸服務 (B)第二層基本科技服務 (C)第四層螢幕呈現服務 (D)第七層內容集結服務★
	114.	行動商務價值鏈中，傳輸服務角色由何者提供？ (A)技術平台供應商★ (B)行動商務基礎建設及設備供應商 (C)應用系統平台供應商 (D)應用系統開發者
	115.	行動商務價值鏈中，基本科技服務角色由何者提供？ (A)技術平台供應商 (B)行動商務基礎建設及設備供應商★ (C)應用系統平台供應商 (D)應用系統開發者
	116.	行動商務價值鏈中，交易支援角色由何者提供？ (A)技術平台供應商 (B)行動商務基礎建設及設備供應商 (C)應用系統平台供應商★ (D)應用系統開發者
	117.	行動商務價值鏈中，螢幕呈現服務角色由何者提供？ (A)技術平台供應商

指標	題號	題庫內容
		(B)行動商務基礎建設及設備供應商 (C)應用系統平台供應商 (D)應用系統開發者★
	118.	行動商務價值鏈中，個人化支援角色由何者提供？ (A)技術平台供應商 (B)內容開發者★ (C)行動商務服務提供者 (D)行動入口網站提供業者
	119.	行動商務價值鏈中，使用者應用軟體角色由何者提供？ (A)技術平台供應商 (B)內容開發者 (C)行動商務服務提供者★ (D)行動入口網站提供業者
	120.	行動商務價值鏈中，內容聚集服務角色由何者提供？ (A)技術平台供應商 (B)內容開發者 (C)行動商務服務提供者 (D)行動入口網站提供業者★
	121.	對於企業來說，行動科技可以用來服務消費者、員工及其他企業伙伴，分別為 (A)B2C(Business-to-Consumer)以改善客戶服務品質 (B)B2E(Business-to-Employee)以提高員工生產力 (C)B2B(Business-to-Business)以強化產業分工合作 (D)以上皆是★
	122.	M-CRM 主要應用領域有那些： (A)企業對員工(B2E)行動顧客關係管理 (B)企業對企業(B2B)行動顧客關係管理 (C)企業對顧客(B2C)行動顧客關係管理 (D)以上皆是★
	123.	行動電子商務能成為一種全新的銷售與行銷管道，是因為已完美結合 (A)無線上網 (B)網際網路 (C)支付與安全機制 (D)以上皆是★
	124.	行動電子商務可說是網際網路應用與服務的延伸，更由於其具備那些特質，可預期將會出現更多超越傳統資訊科技的應用。①可移動性、②便利性、③安全性、④及時性 (A)①②

指標	題號	題庫內容
		(B)①③ (C)①②③ (D)①②③④ ★
	125.	行動銀行(金融)發展中，行動裝置使用者無論在哪裡，都可以方便地使用那些金融服務 (A)帳戶餘額查詢、各類帳單支付 (B)轉帳以及擱繳或支付通知等服務 (C)可滿足股票交易、匯率，與利率等金融產品買賣的需求 (D)以上皆是★
	126.	行動商務的實體架構包含哪些重點 (A)基礎建設、網站架設 (B)前端通訊設備 (C)後端資料整合與應用系統 (D)以上皆是★
	127.	下列何者並非行動商務的特點： (A)以大眾化、一致化的服務為主★ (B)消費與服務模式較為便利 (C)個人化行動媒體的資訊傳播 (D)任何時間、任何地點、任意方式可完成任何作業
	128.	下列有關 WiFi 的描述，何者正確？ (A)Wi-Fi 是由“無線乙太網相容聯盟”所發佈的無線相容認證，是一個建立於 IEEE802.11 標準的無線區域網路(WLAN)設備 (B)Wi-Fi 基地台支援越多「空間資料串流」(spatialstream)，電磁波也會越強，而且會更加「耗電」 (C)Wi-Fi 為「區域網路」，其訊號範圍較小，要能流暢使用須基地台 50 公尺內 (D)以上皆是★
	129.	下列有關 WiFi 用途的描述，何者正確？ (A)具 Wi-Fi 功能的裝置，如個人電腦，遊戲機，智慧型手機或數字音頻播放器可以從範圍內的無線網路連接到網路 (B)機場，飯店，餐館等經常提供給來訪者免費的熱點，以吸引或協助客戶 (C)能上網的智慧型手機也可以充當一個小型的無線路由器，供周圍的裝置接入網際網路 (D)以上皆是★
	130.	下列有關 WAP 的描述，何者正確？ (A)WAP 是無線應用協議 WirelessApplicationProtocol 縮寫， (B)是一個開放式標準協議，利用它可以把網路上的信息傳送到行動電話或其他無線通信終端上

指標	題號	題庫內容
		(C)WAP 能夠運行於各種無線網路之上，如 GSM、GPRS、CDMA 等 (D)以上皆是★
	131.	依我國電信法規定，下列敘述何者不正確 (A)電信業分為第一類及第二類電信事業 (B)電信業分為第一類、第二類及固網電信事業★ (C)第一類電信事業採特許制 (D)第二類電信事業採登記許可制
	132.	依我國電信法規定，有架設實體線路固網或實體無線基地台用以經營電話或網際網路業務的業者，稱為 (A)第一類電信事業★ (B)第二類電信事業 (C)固網業者 (D)以上皆非
	133.	依我國電信法規定，行動寬頻業務業者屬於 (A)第一類電信事業★ (B)第二類電信事業 (C)固網業者 (D)以上皆非
	134.	沒有架設實體線路固網或實體無線基地台，而是以向第一類電信業者承租固網或無線基地台一定數量的門號或頻寬來提供增值服務(value-added services)的業者，稱為 (A)第三類電信事業 (B)第二類電信事業★ (C)無線通訊業者 (D)以上皆非
	135.	統一超商電信服務與遠傳電信合作，其中統一超商電信服務是屬於 (A)第一類電信事業 (B)第二類電信事業★ (C)固網業者 (D)以上皆非
	136.	統一超商電信服務與遠傳電信合作，其中遠傳電信是屬於 (A)第一類電信事業★ (B)第二類電信事業 (C)固網業者 (D)以上皆非
	137.	以下何者不是無線通訊業者提供的增值服務？ (A)語音(voice)增值服務

指標	題號	題庫內容
		(B)簡訊(shortmessage)加值服務 (C)數據(data)加值服務 (D)線路加值服務★
	138.	有關行動群組電話(MVPN-MobileVirtualPrivateNetwork)的描述，何者正確？ (A)將企業內部分機與行動電話完全整合，讓分機成為行動分機 (B)透過智慧型網路聯結成一個迅速、高效能的群組式行動通信網路，無限延伸企業行動力 (C)可提升公司內外勤人員聯繫效率、加強彼此互相支援、提高客戶服務品質 (D)以上皆是★
	139.	下列哪一種技術可以讓企業員工在外，可以用無線的方式連上企業的 Intranet 網路？ (A)VPN(VirtualPrivateNetwork) (B)WLL(WirelessLocalLoop) (C)WLAN(WirelessLocalAreaNetworks) (D)MVPN(MobileVirtualPrivateNetwork)★
	140.	下列哪一種技術是利用射頻(RF)技術進行據傳輸的系統，是用來彌補有線區域網路之不足，以達到網路延伸之目的 (A)VPN(VirtualPrivateNetwork) (B)WLL(WirelessLocalLoop) (C)WLAN(WirelessLocalAreaNetworks)★ (D)MVPN(MobileVirtualPrivateNetwork)
	141.	下列何者非屬於行動電子商務的應用？ (A)行動供應鏈的管理 (B)行動視訊會議★ (C)行動金融服務 (D)行動線上購物
	142.	企業 e 化與 M 化其間最大的不同點在於 (A)M 化可藉由手機等無線通訊設備的高移動性，使消費者可以不需要在特定地點上網 (B)電子商務及行動商務之間最大的差異便是在-方便性。 (C)讓企業內部員工可透過手機直接收發電子郵件、獲取企業內部網路的訊息，不受限於有線的網路設施 (D)以上皆是★
	143.	行動商業應用與服務包含哪些項目？①行動企業資源規劃 (m-ERP)、②行動供應鏈管理 (m-SCM)、③行動顧客關係管理 (m-CRM)、④行動健康維護 (Mobilehealthcare)、⑤行動遙測技術 (Mobiletelemetry)、⑥行動車隊追蹤與派遣 (Mobilefleettrackinganddispatching)

指標	題號	題庫內容
		(A)①②③④ (B)①②③④⑤ (C)①②③④⑤⑥ (D)①②③④⑤⑥⑦★
	144.	行動付款關鍵成功因素包含哪些？①資料完整性(Data Integrity)、②簡易性(ease of use)、③費用實惠(Expenses)、④安全性(security)、⑤技術可行性(Technical Feasibility)、⑥普遍性(Universality) (A)①②③④ (B)①②③④⑤ (C)②③④⑤⑥★ (D)①②③④⑤⑥
	145.	語音的通訊、電子信箱、簡訊的使用等，屬於行動商務應用的哪一個層面： (A)通訊(communication)★ (B)資訊(information) (C)個人資訊管理(personal information management) (D)行動消費(M-commerce)
	146.	一般即時資訊查詢、定位資訊查詢、影音資訊查詢與網站資訊查詢等，屬於行動商務應用的哪一個層面： (A)通訊(communication) (B)資訊(information)★ (C)個人資訊管理(personal information management) (D)行動消費(M-commerce)
	147.	各種個人資訊如通訊錄、行事曆、工作備忘、電子信箱、計算機、筆記本與遊戲娛樂等，屬於行動商務應用的哪一個層面： (A)通訊(communication) (B)資訊(information) (C)個人資訊管理(personal information management)★ (D)行動消費(M-commerce)
	148.	線上採購、購票、金融付款、行動 ATM、電子錢包、多媒體服務、小額付款電子錢包、導航定位服務等，屬於行動商務應用的哪一個層面： (A)通訊(communication) (B)資訊(information) (C)個人資訊管理(personal information management) (D)行動消費(M-commerce)★
	149.	協同群組行動工作、行動辦公室等，屬於行動商務應用的哪一個層面： (A)個人資訊管理(personal information management) (B)行動消費(M-commerce)

指標	題號	題庫內容
		(C)行動工作(M-working)★ (D)行動供應鏈(M-supplychain)
	150.	企業間的上下游供應鏈管理行動化等，屬於行動商務應用的哪一個層面： (A)個人資訊管理(personalinformationmanagement) (B)行動消費(M-commerce) (C)行動工作(M-working) (D)行動供應鏈(M-supplychain)★
	151.	行動商務中支付費用有下列哪些方式:a. 線上刷卡 b. NFC 手機信用卡 c. 電信商小額付費 d. 打電話請人來付費： (A)abc★ (B)acd (C)abd (D)bcd
	152.	行動商務促使行動銷售和什麼模式整合 (A)社會行銷 (B)人際行銷 (C)精準行銷★ (D)綠色行銷
	153.	有關於手機安全，手機病毒透過什麼方式傳播 (A)口沫傳染 (B)手機碰觸交換 (C)簡訊和網路★ (D)手機沒有病毒
	154.	目前全球最大的行動影音市場是？ (A)歐洲 (B)亞太地區★ (C)美洲 (D)澳洲
	155.	手機遊戲有下列何種特性： (A)娛樂性 (B)便利性 (C)社交性 (D)以上皆是★
	156.	目前手機遊戲比較常見的營利模式為:a. 下載收費 b. 購買遊戲點卡 c. 購買虛擬物品 d. 購買遊戲手機 (A)abd (B)acd

指標	題號	題庫內容
		(C)abc★ (D)bcd
	157.	電子書的優勢有 a. 付費流程簡單方便 b. 解決盜版問題 c. 方便記錄事件 d. 方便精確式行銷 (A)abc (B)acd (C)abd★ (D)bcd
	158.	行動商務(MobileCommerce)基本的定義，簡單來說即是使用者以行動化的終端裝置透過行動通訊網路來進行商業交易活動，下列哪項裝置無法進行行動商務？ (A)平板 (B)手機 (C)筆記型電腦 (D)行動電源★
	159.	蘋果公司(Apple)推出的 AppStore，已經造成了革命性的軟體市場變化，已從行動軟體市場漸漸帶動了傳統軟體市場的變化。Google 也推出什麼平台？ (A)Marketplace (B)GooglePlay★ (C)HappyStore (D)Buy-e-Buy
	160.	行動商務對零售業帶來最大的意義在於，可以透過「」工具串連，不僅有助快速導流量，更能創造交易之外的日常互動？ (A)社群★ (B)心靈 (C)統計 (D)通訊
	161.	大眾從使用桌上型電腦改用手機，代表行動商務已突破哪兩項必要的需求？ (A)服務及付款 (B)地點的機動與時間的及時★ (C)商品標示及物流 (D)以上皆是
	162.	行動商務內容模式可以以不同方式呈現，下列何者為非？ (A)文字 (B)感情★ (C)圖片 (D)影音
	163.	消費者的觀點來看，行動商務主要可分成三大類，下列何者為非？

指標	題號	題庫內容
		(A)行動娛樂服務 (B)行動資訊服務 (C)行動美容服務★ (D)行動交易服務
	164.	消費者則會透過手機、平板及個人電腦裝置進行瀏覽與消費，這群行動購物族有三高，不包括下列何者？ (A)消費金額高 (B)退貨率高★ (C)下單頻率高 (D)黏著度高
	165.	消費者只需在購物牆上掃描訂購商品，節省許多購物時間，也加快物流速度，購物環境變得簡單容易，大幅提升消費者的購物意願。是行動商務與下列何者結合？ (A)增加店面 (B)業務人員人數提升 (C)店家回覆率高 (D)QRCode★
	166.	隨著行動市場的極速發展，消費者不分時間地點，在智慧型手機、平板電上進行交易活動，下列何者無法處理線上金流？ (A)增加服務人員★ (B)線上刷卡 (C)網路 ATM (D)超商代繳
	167.	全球產業數位化，從「電子商務」轉型到「行動商務」，請問兩者這有何差異？ (A)電子商務是運用有線通訊設備進行商業模式，行動商務是運用無線通訊設備所進行的商業模式★ (B)電子商務指企業內部進行作業模式，行動商務指在企業外部進行作業模式 (C)電子商務是指整合企業內部的電子化，行動商務是消費者之間的互動 (D)電子商務與行動商務差異在於顧客的互動
	168.	有關行動商務具有的特性，下列何者為非？ (A)定位性 (B)個人化 (C)便利性 (D)自動化★
	169.	何謂「行動支付」(Mobilepayment)？下列何者為非？ (A)以行動通訊設備進行轉帳、繳付帳單 (B)虛擬網路商店的行動消費轉帳等帳務性交易 (C)線上購物等商業金流交易

指標	題號	題庫內容
		(D)一定要面對交易★
	170.	行動商務有別以往的購物方式，他大大提升消費者的便利性，並為企業帶來不少商機，其優勢下列何者為非？ (A)客製化的使用環境 (B)即時性與便利性 (C)有網路才能上網★ (D)社群化
	171.	行動商務，想必不少人第一個直覺想到的都是 Mobileweb，但行動商務還是有許多缺點，下列何者不屬於？ (A)利用網際網路資訊傳播快★ (B)要有網路的環境才能使用 (C)付費方案需要整合其他金流 (D)使用者體驗比較差
	172.	下列何者不是行動商務的本質？ (A)行動商務主體的移動性 (B)行動終端和商務主體的對應性 (C)抓住商機的及時性 (D)客戶資源不準確★
	173.	下列何者是以公益宣傳型為主的行動商務？ (A)殘疾人的手機捐款★ (B)安防跟踪 (C)名酒鑑別 (D)手機文學
	174.	下列何者屬於行動電子商務（mobilecommerce）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
	175.	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★
	176.	有關電子商務(E-Business)及行動商務(M-business)之描述，何者不正確？ (A)電子商務屬固定式，運用個人電腦及網際網路的商業模式 (B)行動商務屬行動化，運用手持設備透過無線網路的商業模式 (C)行動商務＝電子商務＋網際網路＋無線科技

指標	題號	題庫內容
		(D)以上皆是★
	177.	有關適地性服務(LocationBasedService, LBS)，下列何者不正確？ (A)使用藍牙耳機撥打手機★ (B)是指業者根據使用者所持行動設備的所在位置和其他資訊，提供給使用者相關的加值服務 (C)常見的適地性服務有行動導遊、車隊管理、地點查詢、及電子優惠券等 (D)適地性服務整合 GPS 定位、行動通信和導航等多種技術
	178.	下列哪種行為不屬於行動應用？ (A)使用藍牙耳機撥打手機 (B)用桌上電腦在家上網下載遊戲★ (C)用筆記本電腦在火車上看電子小說 (D)用手機在室外上網收發郵件
行動 商務 APP	179.	有關 APP 基本概念的描述，下列何者正確？①App 是 Application 縮寫、②就是應用程式、應用軟體的意思、③泛指智慧型手機內的應用程式 (A)①② (B)②③ (C)①③ (D)①②③★
	180.	有關 webAPP 的描述，下列何者正確？①webapp 為手機版網站、②webapp 針對手機的螢幕大小做了版面設計，以符合手機閱讀的習慣、③webapp 上的資訊會比電腦網站少許多，只截取最重要的資訊 (A)①② (B)②③ (C)①③ (D)①②③★
	181.	有關行動商務 APP 的描述，下列何者正確？ (A)民眾透過 App 的行動商務直接詢價、報價到下單、訂貨 (B)可透過 App 的行動銀行直接查詢銀行利率、匯率、餘額、明細資料等 (C)更可透過 App 的行動支付直接轉帳、繳費、繳稅、購物消費等 (D)以上皆是★
	182.	在行動商務環境下，使用者可以下載各式各樣的便捷及時服務，如音樂、影片、遊戲、消費、電子郵件、資料查詢、地圖搜尋、影像紀錄等，主要原因就是「」的崛起？ (A)Bee (B)App★ (C)Gee (D)adobe
	183.	在台灣積極推動行動商務策略，一方面鼓勵商家開設官方帳號，另一方面自己也企圖將社群力轉化為商務力，形成新的行動購物平台，是下列哪個 APP 應用程式？

指標	題號	題庫內容
		(A)YOUTUBE (B)刀塔傳奇 (C)ptt (D)LINE★
	184.	網路賣家若想要經營行動電商，其可選擇的模式大致有哪些： (A)製作行動版網頁 (B)建置 App 應用程式， (C)透過社群行銷，用手機閱讀訊息，導流至官網購物 (D)以上皆是★
	185.	APP 製作事前準備包含哪些重點 (A)規劃要完整 (B)功能要清楚 (C)操作要簡潔 (D)以上皆是★
	186.	有關離線商務模式 (O2O) 的描述，下列何者為是 (A)手機 APP 能自動搜尋並推薦消費者所在地附近正提供優惠的商家訊息 (B)將線上消費者帶入實體店面的消費行為 (C)讓消費者得以在線上付款，在實體店面享受服務或取得商品 (D)以上皆是★
	187.	下列何者不是行動商務阻礙之因？ (A)病毒威脅 (B)頻寬不足 (C)傳輸快速★ (D)資料外洩
	188.	根據 2014 資策會調查，最熱門的 App 是 (A)LINE★ (B)Facebook (C)臺灣蘋果日報 (D)CandyCrush
	189.	目前智慧型手機 App 主要提會提供那兩大平台使用者使用，①Google 的 Andorid、 ②Apple 的 iOS、③Oracle、④MicrosoftStore (A)①②★ (B)②③ (C)③④ (D)①④
	190.	下列有關傳訊和照片共享平台 LINE 的描述，那些是正確的？①日本團隊在 2010 年 311 地震過後，看到殘破家園裡的倖存者，撥打電話尋找親人的畫面，所促動、②

指標	題號	題庫內容
		<p>有感於手機和網路是溝通最重要的工具、③Line 是一支 APP，希望這個軟體能夠將人與人、平台與平台、空間與空間，像「線」一樣連在一起。</p> <p>(A)①② (B)②③ (C)①③ (D)①②③★</p>
	191.	<p>下列有關傳訊和照片共享平台 LINE 的描述，哪些是正確的？①免費通訊、②可愛的貼圖風靡全球、③營收主要來源是貼圖和企業用戶設置的官方帳號</p> <p>(A)①② (B)②③ (C)①③ (D)①②③★</p>
	192.	<p>下列有關傳訊和照片共享平台 LINE 的描述，哪些是正確的？①Line 是新型態的社群服務、②LINE 把社群限定在用戶真實生活中的好友、③LINE 可以串接起用戶與用戶、用戶與企業間的橋梁，而 O2O 是不可或缺的重要關鍵</p> <p>(A)①② (B)②③ (C)①③ (D)①②③★</p>
	193.	<p>開發一支好的 APP 需要什麼要件？①完善的製作企劃、②專業的開發流程、③跨平台的資訊整合、④人性化的介面流程、⑤全面的測試修正、⑥保固與永續經營</p> <p>(A)①②③④ (B)①②③④⑤ (C)②③④⑤⑥ (D)①②③④⑤⑥★</p>
	194.	<p>在 App 經濟時代，要讓使用者覺得所設計的 App 要如何，才有機會站得上舞台</p> <p>(A)有用(Useful) (B)好用(EasytoUse) (C)很有趣(Playful) (D)以上皆是★</p>
	195.	<p>好的 APP 需要那些特質</p> <p>(A)簡單上手：不用看說明就會使用。 (B)目的單存：符合簡單上手及因應行動裝置的特性。 (C)流暢度和穩定度：每個步驟操作順暢，顯示速度快，不會當機。 (D)以上皆是★</p>
行動商務	196.	<p>下列行動商務發展趨勢，何者有誤？</p> <p>(A)逐步發展自己官網，同時透過 APP 開店進行整合，也將形成新趨勢。</p>

指標	題號	題庫內容
發展趨勢		(B)開始開發自有的 APP 來推廣產品、經營會員。 (C)經營行動商務來整合商家旗下各通路平台，是商店要面對最主要的課題 (D)網購市場持續成長，然而競爭激烈讓毛利越來越高★
	197.	下列行動商務發展趨勢，何者正確？ (A)行動商務是由過去的 O2O (OnlinetoOffline) 轉變為 M2O (MobiletoOnline/Offline) (B)行動商務本身可以是行銷的媒介，也可以是行銷的終點 (C)行動商務是在行動網路上，讓消費者在線上和線下交互影響，最終達成購物的目的 (D)以上皆是★
	198.	下列有關網路發展趨勢描述，哪些是正確的？①網際網路完成了人與人的遠端交流、②物聯網則完成人與物、物與物的即時交流、③過去的思維是將物理基礎建設和 IT 基礎設施分開，在物聯網時代，二者將融合為一體 (A)①②③★ (B)②③ (C)①③ (D)①②
	199.	物聯網(TheInternetofThings)的特徵有哪些 (A)全面感知：利用 RFID、傳感器、二維條碼等隨時隨地獲取物體的信息 (B)透過電信與網際網路，將物體的信息即時準確地傳遞出去 (C)利用雲端計算，模糊識別等各種智能計算技術，對大量的數據和信息進行分析和處理，對設備實施智能化的控制 (D)以上皆是★
	200.	行銷人員要認真思考該用什麼樣的策略來滿足顧客的哪 3A，①隨時(Anytime)、②隨地(Anywhere)、③任何設備(Anydevice)、④任何人(anybody) (A)①②③★ (B)②③④ (C)①③④ (D)①②④
	201.	隨著全球市場競爭日趨激烈，以及相關技術日趨成熟，企業若能善用哪些新科技，可以提什企業競爭力。①行動裝置、②雲端服務、③社群網絡、④巨量資料分析 (A)①②③ (B)①③④ (C)②③④ (D)①②③④★
	202.	針對行動商務的特性及 4G 時代的來臨，操作行動商務有哪些行銷重點 (A)大數據的運用：由行動載具的各項資料(購物時間、購物付款習慣、購物類型、

指標	題號	題庫內容
		<p>購物地點等) 可以作為客戶分類及行銷的依據。</p> <p>(B) 客製化的行銷：當了解不同客戶的屬性後，就可分類行銷，才能創造最大的行銷效益。</p> <p>(C) 互動的創造：商品廣告要能讓消費者能接著搜尋(提供連結網頁)、購物(導引到行動購物網站)、或分享(連結到臉書分享)，讓消費者在看到商品宣傳並產生興趣的那一刻，就能有立即的行動</p> <p>(D) 以上皆是★</p>