

九十六年度資深產業分析師測驗 市場與技術預測

請不要翻到次頁！

讀完本頁的說明，聽從監試人員的指示才開始作答！

請先確認你的准考證號碼、座位貼條、答案卷號碼是否一致無誤。

請自行閱讀以下測驗作答說明：

測驗說明：

這是資深產業分析師測驗，市場與技術預測科的試題，題本採單面印刷，共 3 頁，有 30 題選擇題，每題都只有一個正確或最佳的答案。測驗時間共 90 分鐘。作答開始與結束請聽從監試人員的指示。

注意事項：

所有試題均為四選一的選擇題，答錯不倒扣。

試卷及答案卷不得攜出考場。

作答方式：

請依題號順序，將您的答案填入答案卷內。

1. 用蘇伊士運河的工程設計來預測建構巴拿馬運河所需要的技術，此為以下何種方法？
(A)Trend Extrapolation (B)Correlation Method (C)Analogy (D)Causal Model
2. 與傳統上群體專家面對面比較，德菲（Delphi）法的特色「不」包括？
(A)需要意見領袖參與 (B)匿名 (C)控制性的回饋 (D)統計性的群體回應
3. 下列有關成長曲線(Growth curve)的運用假設之敘述，何者是錯的？
(A)所用到的歷史性數據是正確的 (B)所採用的方程式是適當的 (C)本質上並非是外插法 (D)成長曲線的上限值為已知
4. 「由之前戰鬥機速度的發展變化來預測商用飛機速度的發展變化」，此為下列何種預測方法？
(A)Correlation Method (B)Leading Indicator (C) Causal Model (D) Cross-Impact Models
5. 技術評估(Assessment)與技術預測的關係為何？
(A)先技術評估再技術預測 (B)先技術預測再技術評估 (C)兩者無先後順序 (D)同時進行
6. 環境監視法的進行牽涉到四大步驟，下列順序何者正確？
(A)掃描、收集、設定起始值、評估 (B)設定起始值、收集、掃描、評估 (C)掃描、評估、設定起始點、收集 (D)收集、掃描、評估、設定起始點
7. 下列哪一種預測方法比較與「創意思考」無關？
(A)Morphological Models (B)Relevance Trees (C) Growth Curve (D)Scenario
8. 下列關於德菲(Delphi)法概念的描述，何者是錯的？
(A)德菲法原是由美國 Rand 公司發展出來協助「群體決策」的一種方法/工具 (B)以德菲法進行預測時，預測結果不一定逐步收斂 (C)德菲法不一定只能使用問卷調查的方式來進行 (D)使用德菲法時要盡量找專業領域一樣的專家，預測的結果才容易收斂
9. 下列何者有利於創新技術移轉績效？
(A)技術複雜 (B)組織文化差異大 (C)技術接受者有吸收能力 (D)屬內隱知識
10. 創新分類中，有所謂漸進式創新與激進式創新，何者較常見？
(A)漸進式 (B)激進式 (C)兩者皆常見 (D)兩者皆不常見
11. 根據 Teece 的互補性資產理論，當創新不易被模仿，互補性資產不重要時，誰可從技術創新中獲利？
(A)互補資產擁有者 (B)創新發明人 (C)現有廠商 (D)沒有人可獲利

請翻頁繼續作答

12. 企業有可能從競爭者發展的技術知識中獲益，稱之為？
(A)Spillover (B)Appropriability (C)Options (D)Technology driver
13. 面對不熟悉的市場與不熟悉的技術，何者不是好的技術策略？
(A)內部發展 (B)內部創業 (C)利用創投 (D)Educational acquisition
14. [情人眼裡出西施]是下列何種現象？
(A)選擇性注意 (B)選擇性扭曲 (C)選擇性記憶 (D)選擇性展露
15. 對於大學生而言，[生前契約]可能是屬於下列哪一種產品？
(A)便利品 (B)選購品 (C)特殊品 (D)忽略品
16. 產品與服務的關係為何？
(A)產品是產品，服務是服務，兩者無關 (B)服務是產品的附屬品，兩者一體 (C)產品是一種服務，服務也可是產品 (D)產品為主，服務為輔
17. 以下何種方式是創業家取得公開市場資金的來源？
(A)Angels fund (B)Venture Capital (C)Buyouts (D)IPOs
18. 下列何者不是一個良好行銷研究的特徵？
(A)科學方法 (B)研究創意 (C)避免過度依賴一種方法 (D)研究期間長短
19. 下列何者不是理想的市場需求預測之方法？
(A)購買者意願調查 (B)銷售人員意見綜合分析 (C)高階主管個人主觀的意見 (D)過去的銷售分析
20. 研究人員以選樣的便利為基礎的一種抽樣方法，為下列何種方法？
(A)便利抽樣 (Convenience sample) (B)判斷抽樣 (Judgment sample) (C)分層隨機抽樣 (Stratified random sample) (D)配額抽樣 (Quota sample)
21. 蘋果電腦推出 iPod，這是屬於哪一種產品線策略？
(A)產品線增加 (B)產品線延伸 (C)產品線填補 (D)產品線調整
22. 下列何者是以過去銷售分析為依據的預測方法？
(A)時間數列分析 (Time-series analysis) (B)經濟計量分析 (Econometric analysis) (C)指數平滑法 (Exponential smoothing) (D)統計需求分析 (Statistical demand) (E)以上皆是
23. 創新擴散過程(Innovation diffusion process)在都經歷五個階段，包括知曉、評價、採用、試用及興趣，試問何者為正確階段過程？
(A)知曉 興趣 評價 採用 試用 (B)知曉 評價 興趣 試用 採用 (C)知曉 興趣 評價 試用 採用 (D)興趣 知曉 評價 試用 採用

請翻頁繼續作答

24. 開發新科技新產品不容易，下列何者不是高科技新產品開發之特徵？
(A)新技術之不確定 (B)新市場不確定 (C)高度的競爭動態性 (D)較高的變動成本
25. 在各種研究方法中，召集 6~10 人組成小組，由受過專業訓練者主持，利用數小時共同討論有關計畫、服務、組織或其他行銷主動之方法為？
(A)觀察研究法(Observational research) (B)焦點團體法(Focus group research) (C)調查研究法(Survey research) (D)行為研究法(Behavior research)
26. 先免費提供產品讓消費者試用，再以低價提供該項產品。公司可再提供該項產品三~五次，每次均注意觀察有多少顧客再次選購公司產品及其滿意水準為何？此市場試銷方法為何？
(A)銷售波動(Sales-wave research) (B)模擬試銷(Simulated test marketing)(C)控制下之試銷(Controlled test marketing) (D)測試市場(Test markets)
27. 利用商店監視資料、型錄採購記錄及顧客資料庫，公司可由此發現顧客偏好，獲得甚多有用資訊之方法為？
(A)調查研究法(Survey research) (B)行為研究法(Behavioral research) (C)實驗研究法(Experimental research) (D)焦點團體法(Focus group research)
28. 公司通常採三個階段程序來進行銷售預測，其先後順序分別為？
(A)產業銷售預測 總體經濟預測 公司銷售預測 (B)總體經濟預測 公司銷售預測 產業銷售預測 (C)總體經濟預測 產業銷售預測 公司銷售預測 (D)產業銷售預測 公司銷售預測 總體經濟預測
29. 創新的採用時間，可分為 5 段，分別為：創造者(Innovators)、早期採用者(Early adopters)、早期大眾(Early majority)、晚期大眾(Late majority)、落後者(Laggards)，試問早期採用者之比例約為何？
(A)2.5% (B)13.5% (C)34% (D)20%
30. 在創意產生的技術中，從問題的認知開始，如“利用運輸工具，將一物品由某處運送至另一處”。思考一些構面，如運輸工具類型(汽車、椅子、吊索、床)、媒介(空氣、水、汽油、鐵軌)及動力來源(空氣壓縮、電動馬達、磁場)。在列出各種可能組合後，便可產生許多新的解決方案，此技術為下列何者？
(A)屬性列舉法(Attribute listing) (B)強迫關係法(Forced relationship) (C)型態分析法(Morphological analysis) (D)心智圖法(Mind-mapping)