

九十八年度資深產業分析師測驗 市場與技術預測

請先讀完本頁的說明，再開始作答！

※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「專利數的發展情形來預測的市場佔有率的變化」，Mr. Martino 視之為哪種預測方法？
(A)Trend Extrapolation (B)Analogy (C)Correlation Method (D)Causal Models
2. 從產品生命週期的理論來看，整體銷售量最高峰出現在哪一期？
(A)導入期 (B)成長期 (C)成熟期 (D)衰退期
3. 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
4. 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
5. 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
6. 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
7. 「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
8. 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
9. 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
10. 下列有關泊爾曲線(Pearl Curve)的敘述，何者是錯的？
(A)其特殊之處在於它能夠分開控制其斜率與起始位置 (B)又稱為「對數(Logistic)曲線」 (C)因曲線形狀似珍珠(Pearl)狀而命名之 (D)為對稱型曲線
11. Buzbee & Sharp (1985)用甘培茲(Gompertz)曲線來預測超級電腦的功能發展，主要是認為這方面的發展缺少？
(A)Innovation Factor (B)Stimulating Factor (C)Offsetting Factor
(D)Common Factor

12. 電晶體真正突破之前，事實上有一些「先驅事件(Precursor Events)」的蛛絲馬跡，隱含吾人可用何種方法來進行突破性創新的預測？
(A)Qualitative Trend (B)Environmental Monitoring (C)Causal Model
(D)Correlation Methods
13. 下列何者不屬於「規範(Normative)法」？
(A) Relevance Trees (B) Morphological Models (C) Causal Models
(D) Mission Flow Diagrams
14. Fisher & Pry (1971)所發展出來的替代曲線，本質上比較類似於下列哪種曲線？
(A)Pearl Curve (B)Gompertz Curve (C)Envelop Curve (D)Learning Curve
15. Von Hippel 主張在創新初期何者是創新的主要來源？
(A)Gatekeeper (B)Lead user (C)employees (D)suppliers
16. 一些在地方電台廣告的藥品經常在某一地區選取一些由掛有[電台指定店]的藥房來銷售其產品。他們是採用以下哪種配銷策略？
(A)密集性配銷 (B)獨占性配銷 (C)選擇性配銷 (D)保守性配銷
17. 市場區隔與產品定位的關係為何？
(A)先有區隔才有定位 (B)區隔與定位同時進行 (C)兩者並無絕對先後關係
(D)先有定位，區隔才會有意義
18. 對特定市場所提供的產品有興趣、有足夠所得且可以接近的消費者所形成之集合，稱之為？
(A)潛在市場(Potential market) (B)有效市場(Available market)
(C)目標市場(Target market) (D)滲透市場(Penetrated market)
19. 下列哪些特徵對創新採用率的影響很重要？
(A)相對優勢(Relative advantage)、溝通性(Communicability) (B)相容性(Compatibility)、可分性(Divisibility) (C)複雜性(Complexity)、科學可信度
(D) 以上皆是
20. 技術預測(forecasting)與技術前瞻(foresight)，兩者的差別，下列何者不正確？
(A)技術前瞻是凝聚利害關係人共識與合作的預測方法 (B)預測較為短期，前瞻較為長期
(C)預測較為單一技術預測方法的運用，前瞻屬於結合多種預測方法的運用
(D)技術前瞻僅限於政府部門的運用
21. 所謂跨越鴻溝(crossing the chasm)是指在哪兩種科技產業的消費者族群之間？
(A)早期多數者(early majority)與後期多數者(late majority)之間 (B)創新者(innovator)與早期採用者之間(early adopter)
(C)早期採用者(early adopter)與早期多數者(early majority)之間 (D)晚期多數者(late majority)與落後者之間(laggards)

22. 下列哪一點不是知識經濟的特性？
(A)高成長與低通貨膨脹同時存在 (B)知識取代實體資產 (C)生產力提昇，但是技術價格下降 (D)經濟是由大公司來驅動的
23. 產業主流設計 (Dominant Design) 的特性，下列何者為誤？
(A)主要由政府制定 (B)技術規格較好的陣營，不一定勝出 (C)網路外部性扮演著重要的決勝因子 (D)電腦的 Win-tel 架構是有名的主導性設計
24. 品牌權益的基礎為何？
(A)品牌熟識 (B)品牌堅持 (C)品牌知識 (D)品牌知覺
25. 金偉燦與莫伯尼教授在[藍海策略]一書中，指出要藍海策略就是要創造市場空間，請問下列哪一論點是正確？
(A)打敗競爭 (B)採取價值與成本抵換 (C)利用現有需求 (D)把競爭變得沒有意義
26. 以成長曲線法預測新科技取代速率時，若初期的取代和未來的取代無關時，下列哪種曲線最適合用來預測未來取代速率？
(A) Pearl Curve (B) Gompertz Curve (C) Fisher-Pry Curve (D) Bell Curve
27. 消費能力較強的消費族群中，較為強調產品耐久性、功能性和價值者為？
(A) Innovators (B) Thinkers (C) Achievers (D) Expericencers
28. 馬斯洛的需求層次理論認為人的五種需求層次由低到高為？
(A)生理需求→社會需求→安全需求→自尊需求→自我實現需求 (B)生理需求→安全需求→社會需求→自尊需求→自我實現需求 (C)生理需求→安全需求→自我實現需求→社會需求→自尊需求 (D)生理需求→安全需求→自尊需求→社會需求→自我實現需求
29. 蘋果電腦推出 iPod Nano，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
30. Utterback-Abernathy 動態模型將創新分為三階段，試問何者為正確階段過程？
(A) Translational→Fluid→Specific (B) Fluid→Translational→Specific
(C) Specific→Translational→Fluid (D) Translational→Specific→Fluid