

# AI 新世代網路行銷社群經營暨自媒體行銷培訓班

## 參考題庫

1. ( A ) 一部硬碟有可能會感染幾種病毒？ (A)數種不同病毒 (B)二種病毒 (C)一種病毒 (D)不會被感染。
2. ( B ) 比作業系統先一步被讀入記憶體中，並伺機對其他欲做讀寫動作的磁碟感染病毒，此種是屬於下列哪一型病毒的特徵？ (A)檔案非常駐型病毒 (B)開機型病毒 (C)檔案常駐型病毒 (D)木馬型病毒。
3. ( C ) 賣家通常會謹慎選特定對象作為市場目標，並以電子郵件發送型錄、廣告或促銷訊息，以期得到顧客立即的回應，稱為 (A)內容行銷 (B)許可行銷 (C)直接行銷 (D)病毒式行銷
4. ( B ) 電腦病毒最主要的傳染途徑為？ (A)灰塵 (B)網路 (C)鍵盤 (D)滑鼠。
5. ( C ) 下列何者不是電腦感染病毒的現象？ (A)檔案長度無故改變 (B)無法開機 (C)電源突然中斷 (D)鍵盤無法輸入。
6. ( A ) 網路系統中資料安全的第一道保護措施為何？ (A)使用者密碼 (B)目錄名稱(C)使用者帳號 (D)檔案屬性。
7. ( D ) 為了避免電腦中重要資料意外被刪除，我們應該？ (A)嚴禁他人使用該部電腦 (B)安裝保全系統 (C)將資料內容全部列印為報表 (D)定期備份。
8. ( C ) 網路商店選定一個特殊的市場區隔，以一個或多個行銷組合來滿足此區隔顧客的需求，此稱為 (A)大眾行銷 (B)多重區隔行銷 (C)利基市場 (D)個體行銷
9. ( C ) 為了避免文字檔案被任何人讀出，可進行加密( Encrypt)的動作。在加密時一般是給予該檔案？ (A)存檔的空間 (B)個人所有權 (C)Key (D)Userid。
10. ( C ) 在電腦術語中常用的「UPS」，其主要功能為何？ (A)消除靜電 (B)傳送資料(C)防止電源中斷 (D)備份資料。
11. ( A ) 對於「防範電腦犯罪的措施」中，下列何者不正確？ (A)避免採用開放系統架構 (B)加強門禁管制 (C)資料檔案加密 (D)明確劃分使用者權限。
12. ( D ) 下列何種類型的資訊安全威脅最難預防？ (A)人為疏失 (B)機械故障 (C)天然災害 (D)蓄意破壞。
13. ( B ) 企業根據顧客對企業價值來定價，如滿千免運費等促銷優惠，此為 (A)區隔定價 (B)區隔定價 (C)動態定價 (D)靜態定價

14. ( D ) 所謂的「電腦病毒」其實是一種？ (A)資料 (B)黴菌 (C)毒藥 (D)程式。
15. ( C ) 將原執行檔程式的程序中斷，佈下陷阱後，再回頭繼續原始程式的可能病毒為下列哪一種？ (A)記憶體病毒 (B)開機型病毒 (C)檔案型病毒 (D)磁碟機病毒。
16. ( A ) 關於「唯讀檔案」的特性，何者不正確？ (A)能變更其內容 (B)用 DIR 命令可看到其檔案名稱 (C)不可用 DEL 刪除 (D)能看到其內容。
17. ( A ) 製作「電腦病毒」害人的人，是怎樣的行為？ (A)最沒道德且違法 (B)有研究精神 (C)有創造思考能力 (D)偶像。
18. ( C ) 由買方在網站上自由定價，表明願意支付的價格，再由 e-Commerce 網站協調，尋找可以提供產品或服務的賣方」這是屬於網路定價的哪個方式？(A)心理議價 (B)撮合 (C)向上議價 (D)向下議價
19. ( B ) 下列何者對「電腦病毒」的描述是錯誤的？ (A)它會使程式不能執行 (B)病毒感染電腦後一定會立刻發作 (C)它具有自我複製的能力 (D)它會破壞硬碟的資料。
20. ( B ) 下列那一項是區塊鏈用來達到認證的機制？ (A)電子憑證 (B)共識決 (C)密碼(D)Kerberos 認證機制。
21. ( D ) 為了防止因資料安全疏失所帶來的災害，一般可將資訊安全概分為下列哪四類？ (A)實體安全，網路安全，病毒安全，系統安全 (B)實體安全，法律安全，程式安全，系統安全 (C)實體安全，資料安全，人員安全，電話安全(D)實體安全，資料安全，程式安全，系統安全。
22. ( D ) 資訊安全的性質為何？ (A)既不是技術問題，也不是管理問題 (B)純屬技術問題，無關管理問題 (C)純屬管理問題，無關技術問題 (D)不但是技術問題，且是管理問題。
23. ( A ) 增加人數每滿 100 人，即可再降價 20%，此為何種網路定價策略?(A)階梯式 (B)滑溜曲線 (C)心理 (D)拍賣
24. ( D ) 一般資訊中心為確保電腦作業而採取各種防護的措施，而防護的項目有四項，下列哪一項不在這四項之內？ (A)實體 (B)資料 (C)系統 (D)上機紀錄。
25. ( C ) 有關「電腦安全防護的措施」的敘述中，下列哪一項是同時針對「實體」及「資料」的防護措施？ (A)人員定期輪調 (B)保留日誌檔 (C)不斷電系統 (D)管制上機次數與時間。
26. ( C ) 對於「資訊中心的安全防護措施」的敘述中，下列哪一項不正確？ (A)資訊中心的電源設備必有穩壓器及不斷電系統 (B)機房應選用耐火、絕緣、散熱性良好的材料 (C)四份以上的資料備份，並一起收妥以防

遺失 (D)需要資料管制室，做為原始資料的驗收、輸出報表的整理及其他相關資料保管。

27. ( C ) 關於「資訊中心的安全防護措施」中，下列何者不正確？ (A)重要檔案每天備份四份以上，並分別存放 (B)設置煙及熱度感測器等設備，以防災害發生 (C)雖是不同部門，資料也可以相互交流，以便相互支援合作，順利完成工作 (D)加裝穩壓器及不斷電系統(UPS)。

28. ( B ) 阿吉想找東京的旅館，上 agoda.com、Tripadvisor.com.tw 等網站搜尋，此種在特定網站上搜尋非常專門的主題，稱為 (A)自然搜尋 (B)垂直搜尋 (C)橫向搜尋 (D)漫遊器搜尋

29. ( A ) 下列何者不是電腦病毒的特性？ (A)病毒一旦病發就一定無法解毒 (B)病毒會寄生在正常程式中，伺機將自己複製並感染給其它正常程式 (C)有些病毒發作時會降低 CPU 的執行速度 (D)當病毒感染正常程式中，並不一定會立即發作，有時須條件成立時，才會發病。

30. ( A ) 防毒軟體可分為三種設計方式，下列哪一項不屬之？ (A)抽查式的防毒軟體 (B)掃描式的防毒軟體 (C)檢查碼式的防毒軟體 (D)推測病毒行為模式的防毒軟體。

31. ( C ) 主要的硬體安全防護措施中，下列何者不正確？ (A)虛擬電腦系統 (Virtual machine) (B)記憶體的保护 (C)上線密碼 (Login-Password) (D)核心設計 (Kernel design)。

32. ( D ) 關於「防火牆」之敘述中，下列何者不正確？ (A)防火牆無法防止內賊對內的侵害，根據經驗，許多入侵或犯罪行為都是自己人或熟知內部網路佈局的人做的 (B)防火牆基本上只管制封包的流向，它無法偵測出外界假造的封包，任何人皆可製造假的來源住址的封包 (C)防火牆無法確保連線的可信度，一旦連線涉及外界公眾網路，極有可能被竊聽或劫奪，除非連線另行加密保護 (D)防火牆可以防止病毒的入侵。

33. ( A ) 顧客生命週期管理的四個階段中，企業針對欲進入市場之顧客類型進行定義是屬哪個階段？ (A)顧客挑選 (B)顧客獲取 (C)顧客保留 (D)顧客增強

34. ( B ) 下列何者不是「數位簽名」的功能之一？ (A)證明了信的來源 (B)做為信件分類之用 (C)可檢測信件是否遭竄改 (D)發信人無法否認曾發過信。

35. ( C ) 下列何者不是常見的「Web 安全協定」之一？ (A)私人通訊技術 (PCT) 協定 (B)安全超文字傳輸協定 (S-HTTP) (C)電子佈告欄 (BBS) 傳輸協定 (D)安全電子交易 (SET) 協定。

36. ( D ) 下列何者是兩大國際信用卡發卡機構 Visa 及 Master Card 聯合制定的網路信用卡安全交易標準？ (A)私人通訊技術(PCT) 協定 (B)安全超文字傳輸協定 (S-HTTP) (C)電子佈告欄(BBS)傳輸協定 (D)安全電子交易( SET)協定。
37. ( A ) 下列何者是一個用來存放與管理通訊錄及我們在網路上付費的信用卡資料，以確保交易時各項資料的儲存或傳送時的隱密性與安全性？ (A)電子錢包 (B)商店伺服器 (C)付款轉接站 (D)認證中心。
38. ( C ) 網站協助與其合作的網站商店產生營業額時，按交易筆數支付一定比例金額的一種機制稱為 (A)許可式行銷 (B)病毒式行銷 (C)聯盟網站行銷 (D)關鍵字行銷
39. ( B ) 下列何者較不可能為電腦病毒之來源？ (A)網路 (B)原版光碟 (C)電子郵件 (D)免費軟體。
40. ( C ) 下列何者不是電腦病毒的分類之一？ (A)開機型病毒 (B)檔案型病毒 (C)加值型病毒 (D)巨集型病毒。
41. ( D ) 下列何者無法辨識是否被病毒所感染？ (A)檔案長度及日期改變 (B)系統經常無故當機 (C)奇怪的錯誤訊息或演奏美妙音樂 (D)系統執行速度變快。
42. ( A ) 一個成功的安全環境之首要部分是建立什麼？ (A)安全政策白皮書 (B)認證中心 (C)安全超文字傳輸協定 (D)BBS。
43. ( D ) 對行銷策略而言，傳統以銷售者角度之行銷組合 4P 若與消費者角度之行銷組合 4C 相對應，下列各組對應何者為真？ (A)「產品」對應「顧客成本」(B)「價格」對應「溝通」(C)「推廣」對應「顧客需要與欲望」(D)「通路」對應「便利」
44. ( B ) 下列何者是網路安全之原則？ (A)寫下你的密碼 (B)密碼中最好包含字母及非字母字元 (C)用你名字或帳號當作密碼 (D)用你個人的資料當作密碼。
45. ( C ) 如果一個僱員必須被停職，他的網路存取權應在何時被關閉？ (A)停職後一週 (B)停職後二週 (C)給予他停職通知前 (D)不需關閉。
46. ( A ) 離開座位的時候正確的電腦安全習慣是 (A)啟動已設定密碼之螢幕保護程式(B)關掉電腦螢幕電源 (C)為節省時間，連線網路下載大量資料 (D)保持開機狀態，節省重新開機時間。
47. ( B ) 有關於「弱點法則」的描述，下列何者錯誤？ (A)舊的弱點攻擊重新發生的主要原因，多來自組織單位重新安裝佈署機器後未能立即修補 (B)有心人士利用弱點的入侵攻擊行為，大約只有 20 % 的少部分比率是發生在重要弱點的頭二個半衰期 (C)安全弱點半衰期指的是一個

重要的弱點，每隔一般時間後，發現有此弱點的系統將會減半 (D)常見的嚴重弱點一年內會被另一個新發現的弱點取代。

48. ( D ) 當網路使用者點選連結之後，會彈跳出另一個視窗，用以播放廣告訊息，強迫使用者接受的廣告類行為 (A)橫幅廣告 (B)捲軸廣告(C)贊助式廣告(D)插播式廣告

49. ( C ) 下列何者不是使用即時通訊軟體應有的正確態度？ (A)不輕易開啟接收的檔案 (B)不任意安裝來路不明的程式 (C)對不認識的網友開啟視訊功能以示友好 (D)不輕信陌生網友的話。

50. ( B ) 「Cross-site scripting 攻擊」無法達到下列何種行為？ (A)強迫瀏覽者轉址(B)取得網站伺服器控制權 (C)偷取瀏覽者 cookie (D)騙取瀏覽者輸入資料。

51. ( A ) 對於「零時差攻擊(zero-day attack)」的描述，下列何者正確？ (A)在軟體弱點被發現，但尚未有任何修補方法前所出現的對應攻擊行為 (B)在午夜 12 點(零點)發動攻擊的一種病毒行為 (C)弱點掃描與攻擊發生在同一天的一種攻擊行為 (D)攻擊與修補發生在同一天的一種網路事件。

52. ( B ) 下列何者不是「特洛伊木馬(Trojan Horse)」的特徵？ (A)會破壞資料 (B)會自我複製 (C)不會感染其他檔案 (D)會竊取使用者密碼。

53. ( C ) 泛指每位顧客一生可能為企業持續帶來的平均收益總合稱為 (A)專案報酬率 (B)平均訂單價值 (C)顧客終身價值 (D)行動成本

54. ( B ) 「資料外洩」是破壞了「資訊安全」中的哪一面向？ (A)可用性(Availability) (B)機密性(Confidentiality) (C)不可否認性(Non-repudiation)(D)完整性( Integrity)。

55. ( D ) 不使用未經驗證合格之電腦屬於哪一種風險對策？ (A)破解 (B)降低 (C)接受(D)迴避。

56. ( A ) 下列敘述何者正確？ (A)資訊安全的問題人人都應該注意 (B)我的電腦中沒有重要資料所以不需注意資訊安全的問題 (C)為了怕忘記，所以密碼愈簡單易記愈好 (D)網路上的免費軟體應多多下載，以擴充電腦的功能。

57. ( A ) 有關於「弱點」的描述，下列何者錯誤？ (A)弱點是一種使用者操作上的錯誤或瑕疵 (B)弱點存在與暴露可能導致有心人士利用作為入侵途徑 (C)弱點可能導致程式運作出現非預期結果而造成程式效能上的損失或進一步的權益損害 (D)管理員若未能即時取得弱點資訊與修正檔將導致被入侵的可能性增加。

58. ( A ) 利用在網頁上的固定位置，提供廣告主使用文字、圖形或動畫來進行宣傳，通常都會再加入連結以引導使用者至廣告主的宣傳目的網頁，此為 (A)橫幅廣告 (B)贊助式廣告 (C)分類廣告 (D)捲軸廣告
59. ( C ) 「資訊安全」的三個面向不包含下列何者？ (A)機密性 (Confidentiality) (B)可用性(Availability) (C)不可否認性(Non-repudiation) (D)完整性(Integrity)。
60. ( B ) 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。
61. ( D ) 資安事件的防護機制可採取下列哪一方式？ (A)DIY(執行、檢查、回報) (B) TINA( 測試、保險、協商、執行) (C)PIRR( 預防、保險、回應、復原) (D)PDRR( 預防、偵測、回應、復原)。
62. ( C ) 社交工程造成資訊安全極大威脅的原因在於下列何者？ (A)破壞資訊服務可用性，使企業服務中斷 (B)隱匿性高，不易追查惡意者 (C)惡意人士不需要具備頂尖的電腦專業技術即可輕易地避過了企業的軟體安全防護 (D)利用通訊埠掃描( Port Scan) 方式，無從防範。
63. ( A ) 借助熱衷上網的消費群體為當地商家創造出大的銷售額，締造了一種買賣雙贏的商務模式為 (A)團購 (B)群眾外包 (C)O2O (D)M2O
64. ( B ) 政府機關公務內部網路系統資訊遭竊的最主要威脅來自下列何者？ (A)社交工程與位址假造 (B)社交工程與零時差攻擊結合 (C)國際恐怖分子與國內政治狂熱者 (D)實體安全防護不佳。
65. ( A ) 下列哪一項瀏覽器的設定和提高安全性無關？ (A)Home Page (B)ActiveX (C) Cookie (D)Script。
66. ( D ) 遇到不明人士要進入管制區域的最好處理方式是下列何者？ (A)因為是來往洽公人員，所以沒關係 (B)可能是長官巡視，就幫他開門 (C)立即阻止其進入，通知檢警調單位協助處理 (D)瞭解其來意，通知相關人員陪同進入。
67. ( C ) 下列何者不是「虛擬私人網路(VPN, Virtual Private Network)」採用的技術原理？ (A)穿隧技術 (B)加解密技術 (C)備援技術 (D)使用者與設備身分鑑別技術。
68. ( B ) 任何不認識的兩人彼此間的距離，平均不超過 6 個人之社交網絡的概念基礎為(A)三二分隔理論(B)六度分隔理論 (C)六人距離理論 (D)以上皆非
69. ( D ) 如何最有效建立員工資訊安全意識？ (A)從工作中建立 (B)懲罰 (C)獎勵 (D)定期提醒與教育訓練。
70. ( C ) 對需考慮資訊安全的公司或單位，下列何者是屬於進出公司必要進行安全管制的可攜式設備或可攜式儲存媒體？ (A)手機、隨身碟、平板

電腦、投影機 (B)手機、隨身碟、筆記型電腦、投影機 (C)手機、隨身碟、平板電腦、筆記型電腦 (D)隨身碟、平板電腦、筆記型電腦、投影機。

71. ( A ) 對於使用可攜式儲存媒體( 光碟或隨身碟) 的風險描述, 下列何者有誤? (A)只要不開啟其中內容,就算已連接到電腦上,也是安全的 (B)容易將電腦病毒、木馬程式傳回自己或其他的電腦 (C)媒體容易遺失 (D)儲存其中的資料易遭竊取或竄改。

72. ( D ) 下列何者不是防範電子郵件社交工程的有效措施? (A)安裝防毒軟體,確實更新病毒碼 (B)確認信件是否來自來往單位 (C)取消信件預覽功能 (D)制訂企業資訊安全政策,禁止使用非法郵件軟體。

73. ( B ) 社群中最願意進行分享的族群,通常都會奉獻自己的創作,提高社群的價值網路社群的角色類型為 (A) 瀏覽者 (B) 建設者(C) 使用者 (D) 購買者

74. ( A ) 下列哪一項攻擊無法藉由過濾輸入參數來防禦? (A)Directory listing (B) SQL injection (C)Cross site scripting (D)Command injection。

75. ( B ) 某企業為因應潮流並提升其企業對資訊系統的安全防護,決定導入最新的 ISMS 國際驗證標準,請問它應該導入的驗證標準是什麼? (A)ISO/IEC17799:2005 (B)ISO/IEC 27001 (C)BS7799 part 1 (D)ISO 9001 :2000。

76. ( C ) 下列對安裝作業系統時的安全考量,何者為不適當的處理? (A)作業系統軟體的合法性 (B)作業系統修補套件的安裝處理 (C)作業系統軟體的破解版備份 (D)預設環境設定中不安全因素的修改檢驗。

77. ( D ) 下列何者是好的電子郵件使用習慣? (A)收到信件趕快打開或執行郵件中的附檔 (B)利用電子郵件傳遞機密資料 (C)使用電子郵件大量寄發廣告信 (D)不輕易將自己的電子郵件位址公佈與網站中。

78. ( A ) 變革與進步會越來越緩慢,使得科技與社會之間的差距越來越大,在這種情況之下,就需要一種革命性的應用來拉近彼此的距離,此稱為 (A)殺手級應用(B)長鞭效應 (C)梅特卡夫應用 (D)長尾效應

79. ( B ) 「社交工程(social engineering)」是一種利用下列何種特性所發展出來的攻擊手法? (A)通訊協定的弱點 (B)人際互動與人性弱點 (C)作業系統的漏洞 (D)違反資料機密性(Confidentiality)的要求。

80. ( C ) 透過網路入侵別人的電腦,破壞或竊取資料謀利者,一般稱之為何? (A)人客 (B)海客 (C)駭客 (D)黑客。

81. ( D ) 下列敘述何者錯誤? (A)跨站指令碼不但影響伺服器主機,甚至會導致瀏覽者受害 (B)SQL injection 是一種攻擊網站資料庫的手法 (C)跨

目錄存取是因為程式撰寫不良 (D)存放網頁應用程式的系統安裝最新系統修補程式後，便不會存有弱點。

82. (A) 在 ISMS 的稽核報告中，不滿足標準條款規定的，稱之為何？(A) 不符合事項(non-conformance) (B)缺失事項( defect) (C)不足事項( deficient) (D)建議事項( recommend)。

83. (A) 評估網路廣告的效果中，廣告被成功遞送的次數稱之為 (A)曝光度 (B)轉換次數 (C)點選次數 (D)鍵閱次數

84. (A) 下列何者不是「資料隱碼攻擊( SQL injection)」的特性？(A)為使用者而非開發程式者造成 (B)造成資料庫資料遭竄改或外洩 (C)主要原因為程式缺乏輸入驗證 (D)可跳過驗證並入侵系統。

85. (B) 系統安全漏洞發生的主要原因為何？(A)硬體速度過慢 (B)系統程式開發之疏失 (C)電腦儲存空間不足 (D)電源供應不穩定。

86. (D) 資訊安全是必須保護資訊資產的哪些特性？(A)機密性、方便性、可讀性(B)完整性、可攜性、機動性 (C)機動性、可用性、完整性 (D)可用性、完整性、機密性。

87. (D) 防毒軟體的功能不包含下列何者？(A)即時偵測電腦病毒 (B)掃描檔案是否有電腦病毒 (C)處理中電腦病毒的檔案 (D)備份中毒檔案。

88. (B) 網路使用人數越多，每個用戶得到的效用就越高，網路中每個人的價值與網路中其他人的數量成正比係指下列何種網路經濟法則？(A)摩爾定律(Moore' s Law) (B) 網路外部性(Network Externality) (C) 梅特卡菲定律(Metcalfe' s Law) (D) 擾亂定律(Law of Disruption)

89. (B) 在公共環境中使用自己的筆記型電腦若偵測到可用的無線網路時應該如何處置？(A)馬上連線使用 (B)確認自己是否有使用權並瞭解其安全保護機制再決定是否使用 (C)無線網路不易監聽所以可以放心傳送重要的資訊 (D)只要確認自己的筆記型電腦的資料傳輸是經過加密的，就可放心使用。

90. (C) 有關「防火牆」敘述，下列何者正確？(A)企業使用，個人電腦中無法使用(B)有了防火牆，電腦即可得到絕對的安全防護 (C)防火牆如果沒有合適的設定則無法發揮過濾阻擋功效 (D)防火牆可以修補系統的安全漏洞。

91. (B) 下列哪一項不屬於「社交工程攻擊」手法？(A)郵件仿冒或偽裝 (B)針對帳號密碼採行字典攻擊法 (C)網路釣魚 (D)電話詐騙個人資訊。

92. (A) 下列那一項區塊鏈技術的描述不正確？(A)使用最少的資源來達到最安全的效果 (B)仰賴多台網路主機來協助產生區塊 (C)區塊是以被雜的加密和雜湊演算法來執行 (D)每一項交易都需要進行資料認證。

93. ( C ) 從網路廣告過來的訪問者中，最終成為付款客戶的比率稱為 (A) 點擊率 (B) 跳出率 (C) 轉換率 (D) 獲利率
94. ( A ) 從資訊安全的角度而言，下列哪一種作法是不適當的？ (A) 轉寄信件時將前寄件人的收件名單引入信件中 (B) 不在網站中任意留下自己的私密資料 (C) 不使用電子郵件傳遞機密文件 (D) 使用防毒軟體保護自己的電腦。
95. ( D ) 下列何者不是資訊安全要維護的資訊特性？ (A) 保密性 (B) 完整性 (C) 可用性 (D) 可讀性。
96. ( D ) 下列何者不是資訊安全威脅的攻擊目的？ (A) 侵入 (B) 竄改或否認 (C) 阻斷服務 (D) 獲得歸屬感。
97. ( D ) 下列何者不是資料隱碼攻擊 (SQL Injection) 的防禦方法？ (A) 對字串過濾並限制長度 (B) 加強資料庫權限管理，不以系統管理員帳號連結資料庫 (C) 對使用者隱藏資料庫管理系統回傳的錯誤訊息，以免攻擊者獲得有用資訊 (D) 在程式碼中標示註解。
98. ( C ) 常以「賣完為止、僅限預購」來創造行銷話題，製造產品一上市就買不到的現象，讓消費者覺得數量有限不買可惜，促進消費者購買的定力之行銷策略稱為 (A) 沉浸行銷 (B) 病毒式行銷 (C) 飢餓行銷 (D) 內容行銷
99. ( D ) 下列何者不是通關密碼的破解方法？ (A) 窮舉攻擊 (B) 字典攻擊 (C) 彩虹表攻擊 (D) RGB 攻擊。
100. ( D ) 下列何者不可能是後門攻擊的後門產生途徑？ (A) 軟體開發者忘記移除的維護後門 (B) 攻擊者植入的後門 (C) 管理人員安裝的遠端控制軟體 (D) 軟體開發者打開的客廳後門。
101. ( D ) 下列何者不是入侵偵測與防禦系統 (IDPS) 的安全事件偵測方法？ (A) 比對惡意攻擊的特徵 (B) 分析異常的網路活動 (C) 偵測異常的通訊協定狀態 (D) 確認使用者的權限。
102. ( D ) 下列何者不是網路安全漏洞的可能來源？ (A) 軟體的瑕疵 (B) 使用者的不良使用習慣 (C) 多種軟/硬體結合而產生的問題 (D) 圍牆與機房之間的距離很大。
103. ( A ) 伴隨著手機和其他以無線通訊技術為基礎的行動終端的發展，突破了傳統定點式網路行銷受到空間與時間的限制，而逐漸成長起來的一種全新的行銷方式稱為 (A) 行動行銷 (B) 聯盟行銷 (C) 沉浸行銷 (D) 內容行銷
104. ( D ) 下列何種作法無法強化網頁伺服器的安全？ (A) 伺服器只安裝必要的功能模組 (B) 封鎖不良使用者的 IP (C) 使用防火牆使其只能於組織內部存取 (D) 組織的所有電腦均使用 Intel CPU。

105. ( D ) 下列關於實體安全防禦措施的說明，何者不正確？ (A)在事前，實體安全防禦措施要達到嚇阻效果，讓攻擊者知難而退 (B)在事件發生中，實體安全防禦措施應能儘量拖延入侵者的行動 (C)在偵測到入侵事件後，實體安全防禦措施須能儘量記錄犯罪證據，以為事後追查與起訴的憑據 (D)在事件發生中，實體安全防禦措施要達到嚇阻效果，讓攻擊者知難而退。
106. ( C ) 企業的防火牆通常不應該拒絕下列哪種封包？ (A)外部進入的 telnet 封包 (B)外部進入但位址標示為內部的封包 (C)外部進入的 HTTP 封包 (D)外部進入且目的位址是防火牆的封包。
107. ( C ) 下列何者不是發生電腦系統記憶體滲漏( Memory Leak) 的可能肇因？ (A)作業系統有錯誤 (B)應用程式有錯誤 (C)網路卡故障 (D)驅動程式有錯誤。
108. ( D ) 許多網路商店在顧客留下電子郵件地址時，會請求顧客選擇同意日後以電子郵件來寄發行銷訊息，此為 (A)內容行銷 (B)飢餓行銷 (C)沉浸行銷 (D)許可行銷
109. ( D ) 下列何種協定可以讓組織在區域網路內使用私人 IP，而在公開網路上共用一個外部 IP？ (A)VLAN (B)DMZ (C)VPN (D)NAT。
110. ( D ) 下列何者最能確保通訊資料的安全性？ (A)壓縮資料 (B)備份資料 (C)分割資料 (D)加密資料。
111. ( D ) 公開金鑰密碼系統中，要讓資料傳送時以亂碼呈現，並且傳送者無法否認其傳送行為，需要使用哪兩個金鑰同時加密才能達成？ (A)傳送者及接收者的私鑰 (B)傳送者及接收者的公鑰 (C)接收者的私鑰及傳送者的公鑰 (D)接收者的公鑰及傳送者的私鑰。
112. ( A ) 下列何者可以在使用者不知情的情況下收集密碼？ (A)按鍵記錄器 (B)鍵盤驅動程式 (C)藍芽接收器 (D)滑鼠驅動程式。
113. ( C ) 網站的瀏覽頁次(Page view)的總合名稱稱為 (A)連結 (B)介面 (C)流量 (D)內容
114. ( B ) 包含可辨識單字的密碼，容易受到哪種類型的攻擊？ (A)DDoS 攻擊 (B)字典攻擊 (C)雜湊攻擊 (D)回放攻擊。
115. ( B ) 如果您是某地方法院的資訊管理師，某位自稱王書記官的使用者來電要求變更密碼，您應該優先做何種處置？ (A)提供新的密碼 (B)驗證使用者的身分 (C)替使用者更換電腦 (D)中斷使用者電腦的網路連線。
116. ( B ) 入侵偵測方法中，相較於特徵偵測(Signature-Based Detection) 及異常偵測 (Anomaly-Based Detection) 的好處為何？ (A)偵測比較準確 (B)可以偵測未知的威脅 (C)速度較快 (D)可以做到即時偵測。

117. ( C ) 下列何者不是加密方法？ (A)AES (B)DES (C)NAS (D)RSA 。
118. ( C ) 拍賣網站最常見的型態是屬於何種網站？ (A)B2B (B)B2C (C)C2C (D)C2B
119. ( B ) 下列哪種方法可以有效降低入侵偵測系統( IDS)的誤判機率？ (A)優化通知的優先順序 (B)將已知有風險者記入黑名單，已知安全者記入白名單 (C)更多元的警示方式 (D)修改 IDS，讓它更符合組織的安全政策 。
120. ( D ) 相較於特徵比對法， 下列何者是使用探索法防毒軟體的優點？ (A)對於識別已知惡意程式相當有效 (B)擅長偵測已知病毒的變形、變種 (C)可有效降低誤殺率 (D)可以偵測全新的病毒 。
121. ( A ) 下列何者沒有 Redundancy？ (A)RAID 0 (B)RAID 1 (C)RAID 10 (D)RAID 3 。
122. ( A ) 下列何種駭客手法是在 DNS 伺服器插入錯誤訊息，藉以將網站訪問者引導到其它網站？ (A)DNS-Poisoning (B)DNS-Hijacking (C)DNS-Cracking (D) DNS- Injection 。
123. ( B ) 當消費者產生需求時，往往會利用搜尋引擎來快速查詢資料，因此，許多網站便與搜尋引擎業者合作，此為何種策略的應用？ (A) 推播的方式 (Push) (B) 拉取的方式 (Pull) (C) Push 和 Pull 的配合 (D) 以上皆非
124. ( A ) 下列何種措施有害於資訊安全？ (A)使用者的使用權限均相同 (B)定期保存日誌檔 (C)設置密碼 (D)資料備份 。
125. ( A ) Windows 作業系統不可以替下列何者指定 NTFS 權限？ (A)副檔名 (B)檔案(C)資料夾 (D)子資料夾 。
126. ( C ) 下列何者不是企業常用來防止駭客入侵內部網路的措施？ (A)定期更換使用者密碼 (B)電腦加裝掃毒軟體且定期更新版本 (C)定期進行資料備份 (D)在內部網路與外部網路間建構防火牆 。
127. ( A ) 下列有關網路防火牆( Firewall) 的敘述，何者正確？ (A)用來防止駭客入侵的防護機制 (B)壓縮與解壓縮技術 (C)資料加解密技術 (D)電子商務的線上付款機制 。
128. ( B ) 於網際網路與資料庫技術的發達，企業得以利用 e 化科技，快速而正確地以「堆積木」的方式，同時達到「大量生產」的規模經濟，又可生產符合不同消費者偏好之產品，稱之為 (A)客製化 (B)大量客製化 (C)標準化 (D) 規格化
129. ( B ) 下列敘述何者錯誤？ (A)販賣盜版軟體是違法的行為 (B)電腦病毒不可能經由光碟片來感染 (C)使用並定期更新防毒軟體可以降低感染電腦病毒的機會(D)惡意製作並散播電腦病毒是違法的行為 。

130. ( B ) 下列有關數位憑證的敘述，何者正確？ (A)只能由警察局核發 (B)可用來辨識認證對象的身分 (C)自然人憑證不屬於數位憑證 (D)自然人憑證只有公司行號能申請，個人無法申請。
131. ( C ) 使用防火牆有助於防範下列何種駭客的攻擊？ (A)零時差攻擊 (B)網路釣魚(C)阻斷服務攻擊 (D)邏輯炸彈。
132. ( D ) 下列有關電腦病毒的敘述及處理，何者正確？ (A)關閉電腦電源，即可消滅電腦病毒 (B)由於 Word 文件不是可執行檔，因此不會感染電腦病毒 (C)購買及安裝最新的防毒軟體，即可確保電腦不會中毒 (D)上網瀏覽網頁有可能會感染電腦病毒。
133. ( A ) 冷門、邊緣性或利基型的商品，因為在網路上可獲得極少數買家青睞，當這些冷門產品集合起來，反而成為可觀的商機，此現象稱為 (A)長尾效應 (B)長鞭效應 (C)利基效應 (D)聯盟效應
134. ( A ) 駭客發現軟體的安全漏洞後，趁廠商尚未進行修補時，立刻進行攻擊，這種手法稱為？ (A)零時差攻擊 (B)Bot Net 攻擊 (C)木馬攻擊 (D)Do S 攻擊。
135. ( B ) 駭客遙控大量的「殭屍電腦」來濫發垃圾郵件、竊取他人個資等不法行為，這種手法稱為？ (A)木馬攻擊 (B)BotNet 攻擊 (C)零時差攻擊 (D)網路釣魚攻擊。
136. ( D ) 下列何種觀念敘述不正確？ (A)使用防毒軟體仍需經常更新病毒碼 (B)不可隨意開啟不明來源電子郵件的附加檔案 (C)重要資料燒錄於光碟儲存，可避免受病毒感染及破壞 (D)將資料備份於不同的資料夾內，可確保資料安全。
137. ( C ) 下列何種攻擊針對特定主機不斷且持續發出大量封包，藉以癱瘓系統？ (A)木馬攻擊 (B)網路蠕蟲攻擊 (C)阻斷服務( Do S) 攻擊 (D)隱私竊取。
138. ( C ) 指對網站的程式、內容、編排、佈局、流程做優化的調整，使網站更易於被用戶使用、更容易被搜尋引擎找到，係指 (A)關鍵字優使姓(B)網站優使姓 (C)搜尋引擎優使性 (D)技術優使姓
139. ( B ) 行銷人員可以考慮一些方式去制定定位策略，以下何者最「不」適當？ (A)強調一個或多個產品屬性(B)使用 BCG 矩陣評估旗下現有產品的投資組合策略(C)強調產品適合特別的使用情境(D)針對某一種類型的消費者來定位
140. ( C ) 當消費者不再將品牌與某特定產品或相似產品聯想在一起，這個現象被稱做？(A)品牌延伸(B)品牌線(C)品牌稀釋(D)品牌稽核

141. ( B ) 以下有關「被動式行銷」的論述，何者有誤？(A)以心理學為理論基礎 (B)目標是建立具競爭優勢的差異化定位(C)以消費者需求為核心(D) 行銷人員必須熟悉許多統計數量的分析工具
142. ( D ) 品牌聯想可以提供廠商許多價值，以下何者「不」屬於之？(A)提供差異化的定位(B)協助消費者萃取與處理資訊(C)做為成功品牌延伸的基礎(D)有利於達到規模經濟
143. ( A ) 透過消費者彼此的傳遞，減少對訊息的抗拒，進而增加訊息的影響力與範圍，其最主要的概念的行銷視為 (A)病毒式行銷 (B)聯盟行銷 (C)內容行銷 (D)沉浸行銷
144. ( B ) 就產品運送的流程，由製造商生產後，透過批發商交給零售商，最後到達消費者手中，此為幾階的通路結構？(A)一階通路(B)二階通路(C) 三階通路(D)零階通路
145. ( A ) 下列何者「不是」購買決策過程中的步驟之一？(A)涉入程度(B)購後滿意度(C)資訊蒐尋(D)方案評估
146. ( C ) 大眾溝通(MassCommunication)模式有何優點？(A)可對消費者的反應做出立即的回應(B)可明確鎖定溝通對象(C)單位接觸成本較低(D)消費者可以很容易注意到廠商要傳遞的行銷資訊
147. ( D ) 現代商業活動範圍中，將各項商品、價格與市場的銷售資料，蒐集評估所形成的系統，稱之為何？(A)物流系統(B)金流系統(C)商品庫存系統(D)資訊系統
148. ( D ) 透過快遞業者將網路訂單所訂之貨物在快遞業者的倉儲中打包並直接送達顧客，此為 (A)轉單模式 (B)轉運配送 (C)承包訂單處理 (D)倉儲作業外包
149. ( A ) 將幾種產品組合起來，並訂出較低的總價出售，稱為何種定價方法？ (A) 配套定價 (BundlePricing)(B) 互補產品定價 (ComplementaryPricing)(C) 產品線定價(LinePricing)(D)心理定價 (PsychologicalPricing)
150. ( C ) 下列關於通路的敘述，何者為非？(A)組織市場的通路通常比消費者市場中的通路還短(B)企業以宅配方式將產品直接運送至消費者，此為零階通路(C)通路衝突危及雙方的合作關係，只有負面影響，故應盡全力避免發生(D)當買方購買量很大時，通路會比較短
151. ( C ) 下列何者「不是」市場區隔的首要評估準則？(A)可衡量性(B)可接近性(C)精確性(D)可實踐性
152. ( C ) 以下關於產品品質的論述，何者為「非」？(A)績效品質 (PerformanceQuality)是指產品基本特性、屬性的運作程度(B)一致性品質(ConformanceQuality)是指每個產品的規格是否一致且符合規定

(C)公司必須設計最高品質的產品才能符合市場的需要(D)公司必須維持正面的品質形象
153. ( D ) 為不同的顧客設定不同的價格，此為 (A)區隔定價 (B)價值區隔定價 (C)靜態定價 (D)動態定價
154. ( D ) 以下何者是購買點(Point-of-Purchase, POP)的行銷活動？(A)儲存消費者在商店內的消費紀錄(B)建立商店的自有品牌(C)召開記者會宣傳商店促銷活動(D)店內展示有設計感的貨架商品
155. ( A ) 以下何者「不是」中間商為完成交易而提供的主要功能？(A)產品創新 (B)推廣產品(C)收集消費者交易資訊(D)貨款處理
156. ( C ) 網際網路科技的發展，提供買賣雙方的議價空間，可提供買方量身訂作的價格，助長何種定價策略的發展？(A)配套定價 (Bundle Pricing)(B)市場滲透定價 (Market Penetration Pricing)(C)差別定價 (Price Discrimination)(D)市場吸脂定價 (Market Skimming Pricing)
157. ( A ) 在產品生命週期的成熟階段，企業如何改善產品銷售成長減緩的趨勢？(A)修改產品組合(B)建立產品的知名度(C)吸引消費者的試用(D)減少行銷資源的投入
158. ( B ) 虛擬社群構成元素中，服務或內容滿足用戶需求，用戶定期回流使用，稱之為(A) 互動與分享 (B) 高黏著性 (C) 無縫連結 (D) 使用者產出內容
159. ( A ) 在購買決策過程中，「問題察覺」具有下列哪一種特色？(A)是購買決策的起點(B)是指消費者潛伏未被發掘的需求(C)是指消費者發現產品有瑕疵(D)是指廠商主動發覺產品的瑕疵
160. ( B ) 中間商發展自有品牌(Private Brand)，以下何者「不是」主要的原因？(A)較能掌握消費者的購買行為，有助於研擬行銷策略(B)主要是為了打擊製造商(C)掌握商品成本與市場行情，可與供應商協商「合理」的價格與服務(D)銷售製造商品牌的产品銷售毛利愈來愈小
161. ( B ) 新產品發展流程中，篩選(Screening)與概念測試(Concept Tests)的作用為何？(A)發展適當的促銷方法(B)刪除不適宜的創意以及預測消費者的接受度(C)估算新產品的銷售數量(D)評估試銷的期間
162. ( C ) 下列有關策略規劃過程的敘述，哪一個是正確的？(A)必須先有內外部環境分析，才能設定公司使命(B)必須先設定公司策略，才能設定公司目標(C)必須先設定公司使命，才能進行公司策略規劃(D)必須先有策略方向，才能進行內外部環境分析
163. ( C ) 透過虛擬實境的技術，將顧客帶領到設計好的互動環境裡，是一種全方位環繞顧客的行銷手法，讓顧客能夠實際感受商品、服務本身，稱

之為 (A) 聯盟式行銷 (B) 飢餓式行銷 (C) 沈浸式行銷 (D) 導購式行銷

164. ( B ) 根據服務三角形(ServiceTriangle)的觀念,任何服務組織存在著三種不同的行銷作為,以下何者有誤?(A)外部行銷:組織針對外部顧客的行銷活動(B)內部行銷:員工針對店內顧客的行銷活動(C)互動行銷:服務人員以專業的互動能力為消費者提供服務(D)外部行銷:包括服務的定位、定價與推廣策略

165. ( B ) 行銷人員應該根據產品特性來擬定適當的推廣策略,以下何種方法最「不」適當?(A)標準化的產品可以使用廣告對消費大眾進行溝通(B)單價高且複雜的產品可利用促銷來提升消費者對產品的了解(C)日常用品可利用促銷來提高買氣(D)非標準化的產品適合使用人員銷售的方法

166. ( D ) 以下何者會降低損益平衡點(Break-EvenPoint)?(A)提高價格敏感度(B)提高產品生產量(C)提高變動成本(D)提高產品定價

167. ( D ) 在公司所有部門中,哪個部門對公司的策略制訂具有重要性的影響?(A)人力資源(B)財務(C)資訊(D)行銷

168. ( D ) 消費者一旦下單後,就已經做出購買的承諾,無法退出此集購的群體,此為網絡集購的何種特性?(A)共同需求 (B)差別定價 (C)資訊不對稱 (D)承諾購買

169. ( B ) 關係行銷(RelationshipMarketing),是指企業需針對會影響公司績效的外部團體或個人發展良好的關係,以下哪種活動是「不」需要的?(A)利用多元、個人的溝通方式和顧客發展長期的互惠網絡(B)強調將產品透過各種關係網絡強力銷售出去(C)涉及維護良好的顧客與夥伴關係管理(D)企業可透過原有顧客的關係管理,而節省顧客開發的費用

170. ( D ) 消費者知識是消費者對於購買行為相關決策的知識,以下何者「不」屬於之?(A)知曉產品類別與類別內的品牌(B)對於特定品牌的信念(Belief)(C)產品能做什麼和實際上如何使用的知識(D)對於特定品牌的喜愛程度

171. ( B ) 團體中的意見領袖,通常屬於新產品採用過程中的哪一類消費者?(A)創新者(Innovators)(B)早期採用者(EarlyAdopters)(C)早期大眾(EarlyMajority)(D)晚期大眾(LateMajority)

172. ( A ) BCG 事業分析模式中的問題事業(QuestionMarks)之特徵為:(A)高成長市場,但低競爭力的事業(B)市場成長趨緩,但高競爭力的事業(C)適合採取多角化策略,針對新市場研發新產品(D)適合採取整合發展、合資等策略

173. ( B ) 社群支持與口碑之偏向為何種社群商務的影響因素？ (A) 社群內的關係 (B) 社群的氣氛 (C) 社群內成員連結的強度 (D) 當事人的態度
174. ( D ) 在購買下列何種產品時，消費者最可能經歷完整的購買決策過程？ (A) 臨時需要型產品 (B) 日常用品 (C) 同質性選購品 (D) 異質性選購品
175. ( A ) 平均而言，以下何種行銷策略的決策時間最長，機動性最低？ (A) 通路策略：與通路成員建立互信互賴的關係 (B) 產品策略：調整產品的包裝設計 (C) 廣告策略：修改廣告訴求 (D) 定價策略：調整產品售價
176. ( D ) 實驗設計是以下那種行銷研究的重要工具？ (A) 相關性研究 (Correlative Research) (B) 預測性研究 (Predictive Research) (C) 探索性研究 (Exploratory Research) (D) 因果性研究 (Causal Research)
177. ( D ) 下列哪一種行銷傳播工具在購買過程中，能將訊息快速調整以符合消費者的個別需要，立即得到回應及行動？ (A) 促銷 (Sales Promotion) (B) 公共關係 (Public Relations) (C) 廣告 (Advertising) (D) 人員銷售 (Personal Selling)
178. ( B ) 根據訂單的大小、下單時間、供需狀況，以及其他因素決策因素進行定價模式，如本月 15 號前訂房無折扣等，此為 (A) 動態定價 (B) 區隔定價 (C) 靜態定價 (D) 價值區隔定價
179. ( A ) 對廠商而言，唯一可產生收益的行銷組合要素是？ (A) 定價 (B) 推廣 (C) 產品 (D) 通路
180. ( B ) 顧客滿意指的是在顧客心中，所認知的產品價值相對於下列何者的認知所決定？ (A) 競爭者產品的成本 (B) 所預期的期望價值 (C) 取得產品的成本 (D) 失去使用其他產品的成本
181. ( C ) 下列何者屬於忽略品？ (A) 消費者一看到此類產品就會想購買 (B) 消費者對該產品有極大的需求 (C) 消費者對此類產品不甚瞭解，而且不會主動搜尋 (D) 購買者多半不具有決策制訂權
182. ( D ) 同一個消費者在不同時間點消費行為會有差異，因消費者在成長過程中會累積不同消費經驗。以上敘述最適合用以下哪個名詞解釋？ (A) 不穩定性 (B) 不確定性 (C) 異質性 (D) 動態性
183. ( B ) 線上行銷線上購買帶動線下經營和線下消費之行銷手法稱為 (A) C2C (B) O2O (C) M2O (D) B2B
184. ( B ) 下列何者「不」屬於封閉式問題？ (A) 李克特量表 (B) 填空題 (C) 選擇題 (D) 是非題
185. ( C ) 以下何者「不是」供應鏈 (Supply Chain) 成員？ (A) 顧客 (B) 製造商 (C) 競爭者 (D) 中間商
186. ( D ) 用來傳達企業的理念和精神或是提供企業資訊，屬於何種類型的廣告？ (A) 告知式廣告 (Informative Advertising) (B) 說服式廣告

(PersuasiveAdvertising)(C)提醒式廣告(ReminderAdvertising)(D)機構廣告(InstitutionalAdvertising)

187. ( A ) 在什麼情況下，廣告比人員銷售更重要？(A)標準化產品(B)建立長期顧客關係(C)產品複雜度高(D)顧客人數較少

188. ( A ) 下列何者敘述正確？ (A)網路行銷是傳統行銷的輔助工具，絕無百分之百取代傳統行銷的可能 (B) 網路行銷在未來應盡可取代傳統行銷 (C) 網路行銷的本質在商務 (D)網路行銷即所謂的「零元行銷」

189. ( C ) 下列何者「不是」顧客關係管理的主要目的？(A)建立長期顧客關係(B)提供優異的顧客價值與滿意度(C)提升市場佔有率(D)強化有利可圖的顧客關係

190. ( A ) 建立定位是指在消費者腦海中，為某個品牌建立有別於競爭者的形象，以下論述何者有誤？(A)目標市場的人口統計特性是最有效的產品定位基礎(B)知覺圖可幫助行銷人員瞭解消費者所認知的產品定位(C)定位必須持續一段時間，以利建立深刻的印象(D)一聽到 eBay，就想到全球最大的拍賣網站，是定位所帶來的結果

191. ( C ) 下列有關生活型態的敘述，何者正確？(A)家庭生命週期是一種生活型態(B)生活型態是持久不變的(C)生活型態有助於廣告訴求的表達(D)生活型態只是一種概念，無法實際衡量

192. ( B ) 以下何者是進行市場區隔最主要的原因？(A)廠商想要擁有完整的產品線(B)消費者的需求與行為因人而異(C)廠商想要從事無差異行銷(D)廠商想要擴大市場佔有率

193. ( A ) 網友到達該網站時，必須等到廣告播放結束後，才能真正抵達網站之首頁瀏覽該網站內容，是為 (A)前置插播式的廣告(B) 同步插播式的廣告 (C)分類式廣告 (D) 推薦式廣告

194. ( C ) 廠商為每一種新上市的產品，設定特定的品牌名稱，稱為何種品牌策略？(A)共同品牌(B)雙品牌(C)個別品牌(D)家族品牌

195. ( D ) 以下有關價值觀(Values)的論述，何者為非？(A)是個人的一套根深蒂固的觀念，用以判斷事物的是非優劣(B)VALS 是知名的心理統計變數量表，VA 即是價值觀(C)個人的價值觀和想法多半是從小開始養成的 (D)個人價值觀容易被行銷策略所影響，使消費者改變對事物的態度

196. ( A ) 以下何者「不是」品牌權益的構成元素之一？(A)顧客權益(B)品牌忠誠度(C)顧客感受的品質(D)註冊商標

197. ( A ) SERVQUAL 量表是行銷人員用來衡量服務品質的指標，以下何者「不」在其中？(A)提供固定不變的服務內容(B)員工的知識與禮貌(C)有現代化的設備(D)在允諾的時間內提供服務

198. ( C ) 在網路拍賣平台上販售商品的個體戶，這些個體戶是透過網路拍賣平台進行販售商品或拍賣商品賺取利潤，此個體戶稱為 (A)網路商城 (B)網路商店 (C)網路路邊攤 (D)網路個體戶
199. ( D ) 公司在規劃新產品時，以下哪項因素對新產品成功與否扮演著最關鍵的影響因素？(A)市場經濟狀況(B)廠商的資源與技術(C)顧客對競爭者的產品忠誠度(D)廠商對目標顧客需求的瞭解程度
200. ( B ) 若公司的定價目標是利潤極大化，則最「不」適合採用下列何種定價方法？(A)吸脂定價 (Skimming Pricing)(B)畸零定價 (Odd-Even Pricing)(C)差別取價 (Price Discrimination)(D)尊貴定價 (Prestige Pricing)