

本試題為模擬試題，非考題。主要提供考生本認證出題方向用。



明逸認證測驗中心

## 行銷認證

### 數位精準行銷認證

試卷編號：MPDMC-A-01-20190425

注意事項：

- 一、請先檢查試題完整度，若有缺頁或空白頁請立即反映。
- 二、作答時請勿在試題上做任何標記，並於時間內在答案卷作答。
- 三、考試進行中若有問題請舉手發問，切勿私下交談。
- 四、繳卷時，請依答案卷與試題卷分類繳交。
- 五、繳卷完成之測驗者，請勿在試場內外逗留影響其他考生。



認證科目：數位精準行銷認證

A1. 搜尋引擎的本質是什麼？

- 1. 協助廣告主創造收入。
- 2. 解決搜尋者的問題。
- 3. 賣更多的收費服務。
- 4. 收集大量使用者的數據。

A2. 有一位行銷人員針對活動網址設定了一些參數如下

[https://imobba.com/?utm\\_source=class&utm\\_medium=student&utm\\_campaign=20181001](https://imobba.com/?utm_source=class&utm_medium=student&utm_campaign=20181001)

請問目的為何？

- 1. 增加活動人數。
- 2. 行銷成效追蹤。
- 3. 加強網址安全。
- 4. 確認活動時間。

A3. 下列何者非網站分析中所指的指標？

- 1. 瀏覽量。
- 2. 訪客數。
- 3. 地區。
- 4. 跳出率。



A4. 下列何者為影響網站分析跳出率的因素？

- 1. 網站只有一頁。
- 2. 裝設 GA 的特殊功能。
- 3. 下一頁沒有埋設 GA 代碼。
- 4. 以上皆是。

A5. 下列何者非 UTM 的實務應用？

- 1. 衡量不同小編發文成效。
- 2. 追蹤特定行銷活動成效。
- 3. 提升消費者在網站下單的意願。
- 4. 搭配 QR CODE 來評估傳單效益。

A6. 如果你經營的是一個內容性網站，下列何者非此類型的網站分析目標？

- 1. 購買下單。
- 2. 瀏覽量超過五頁。
- 3. 訂閱電子報。
- 4. 瀏覽時間超過 5 分鐘。

A7. 我們可以透過下列何者指標來衡量一家公司在網路上的品牌力？

- 1. 網站的直接流量。
- 2. 社群的粉絲量。
- 3. 品牌字的搜尋量。
- 4. 以上皆可。



A8. 下列哪些通路平台是屬於 C2C 的商業模式?(請選擇兩個答案)

- 1. 蝦皮拍賣
- 2. 奇摩購物中心
- 3. 露天拍賣
- 4. Pchome 商店街

A9. 關於網路行銷環境的敘述，何者為非?

- 1. 人在網路上的大多數行為被數據化。
- 2. 網路的即時性變得很重要。
- 3. 只要把產品放在網路上就可以大賣。
- 4. 消費行為大大改變。

A10. 只能以文字形式出現的網路廣告是?

- 1. 臉書廣告
- 2. 簡訊廣告
- 3. 關鍵字廣告
- 4. 原生廣告

A11. 下列何者非網路廣告？

- 1. 臉書廣告
- 2. 關鍵字廣告
- 3. EDM
- 4. 公車廣告

A12. 下列何者非虛擬社群的特性？

- 1. 不受空間限制。
- 2. 不受時間限制。
- 3. 不受法律限制。
- 4. 不受人數限制。

A13. 請問附圖中紅色框起來的部分是哪種廣告類型？



- 1. 臉書廣告
- 2. Google 多媒體聯播網廣告
- 3. Youtube 影音廣告
- 4. 原生廣告



A14. 下列何者為挑選適合的網站分析工具所參考的要素？

- 1. 可以有邏輯的顯示網站中的各項指標。
- 2. 可以客製化並與網站的商業目標結合。
- 3. 專業及完善的服務和技術支援。
- 4. 以上皆是。

A15. 吸塵器品牌 Dyson 某年在市場上推出【氣旋式吸塵器】，並藉由在各個行銷渠道上放上集塵槽中吸進去的髒污畫面，來宣傳此產品強大吸力。此方式是根據下列商品銷售法則哪一項而制定？

- 1. 非常識法則。
- 2. 視覺化法則。
- 3. 故事法則。
- 4. 以上皆非。



答案卷  
參考答案

題號	答案
A1	2
A2	2
A3	3
A4	3
A5	3
A6	1
A7	4
A8	1、3
A9	3
A10	3
A11	4
A12	3
A13	2
A14	4
A15	2