



明逸認證測驗中心

行銷認證

數位精準行銷認證

參考試題編號：MPDMC(T)-A-01-20190425

補充事項：

- 一、 本參考試題約佔考題 40%~50%比例。
- 二、 正式考試將由此試題隨機抽 20 題，選項將可能會有不同組合或變化。
- 三、 試題採不定期新增。

認證科目：數位精準行銷認證

一、選擇題(multiple choice)

第 1 題

請問附圖中紅色框起來的部分是哪種廣告類型？



- (A) Facebook 廣告中的行動廣告聯播網
- (B) Google 廣告中的搜尋關鍵字廣告
- (C) Google 廣告中的購物廣告
- (D) Google 廣告中的多媒體聯播網廣告

第 2 題

Google 搜尋結果頁面，第一頁最多可以同時出現幾個自然搜尋結果版位？

- (A)8
- (B)7
- (C)4
- (D)10



第 3 題

下列何者非網站分析中區隔的運用？

- (A)流量來源分析
- (B)瀏覽行為分析
- (C)廣告素材分析
- (D)目標價值分析

第 4 題

下列何者非網站分析中所指的維度？

- (A)性別
- (B)瀏覽量
- (C)年齡
- (D)媒介

第 5 題

下列有關 Google 提供的網路工具使用敘述，何者為非？

- (A)儲存空間可以使用 Google 雲端硬碟
- (B)收集資訊可以用 Google Alert
- (C)網路收款下單可以用 Google 我的商家
- (D)網站分析可以用 Google Analytics

第 6 題

下列何者廣告類型可以做精準再行銷？

- (A)臉書廣告
- (B)Google 廣告
- (C)EDM 廣告
- (D)以上皆是



第 7 題

我無法透過 Facebook 官方所提供的【臉書受眾洞察報告】來分析下列哪一種受眾？

- (A)是我的粉絲且對旅遊有興趣的人
- (B)蕭敬騰的粉絲且對旅遊有興趣的人
- (C)30-40 歲美國男性，對日本和旅遊有興趣的人
- (D)在美國，且還不是我粉絲的人

第 8 題

下列何者非 Google 廣告帳戶中【內建關鍵字規劃工具】所擁有的功能？

- (A)查詢關鍵字詞要上首頁的建議出價
- (B)查詢關鍵字詞的每月搜尋量
- (C)查詢關鍵字詞所帶來的預期收入
- (D)查詢關鍵字詞的預期點擊率

第 9 題

投放一檔廣告數天後，獲得 5000 次曝光，1000 次的點擊次數，請問點擊率(CTR)是多少？

- (A) 50%
- (B) 20%
- (C) 25%
- (D) 10%

第 10 題

若我已經取得會員名單，選擇下列何者廣告類型較容易獲取較低的廣告成本？

- (A)EDM 廣告
- (B)公車廣告
- (C)關鍵字廣告
- (D)臉書廣告



第 11 題

Google Analytics 中的預設報表最多可開啟幾個維度來分析？

- (A)4
- (B)3
- (C)2
- (D)1

第 12 題

下列何者為網站分析的第一步也是最重要的一步？

- (A)替網站建立目標轉換
- (B)了解有多少訪客到我的網站
- (C)了解訪客在網站上停留的時間
- (D)研究訪客都在網站上看什麼內容

第 13 題

產品生命週期依序為導入期、成長期、成熟期、衰退期，當產品處在成長期時，我們應該？

- (A)增加銷售通路
- (B)強調產品與其他競爭對手差異
- (C)增加樣式與功能
- (D)以上皆是

第 14 題

在北美市場中，豐田汽車故意捨棄【TOYOTA】的名號，而已【LEXUS】展開新品牌單打獨鬥的策略，是根據下列商品銷售法則而制定？

- (A)第一印象法則
- (B)AISAS 法則
- (C)地域法則
- (D)非常識法則



第 15 題

下列何者非為 O2O 商業模式？

- (A)看到全家電視飲料廣告後，到附近全家購買
- (B)看到 3C 達人部落格手機開箱文後，去通訊行比價購買
- (C)在 YOUTUBE 看到按摩椅的廣告後，到附近大賣場親身體驗
- (D)在美食展試吃後，上網去訂購

第 16 題

下列哪項不是透過網路做調查的特點？

- (A)不受地理區域的限制
- (B)較隱密，參加者較願意回答真實的看法
- (C)不受空間與時間的影響
- (D)無誤差

第 17 題

下列有關 Facebook 提供的網路工具使用敘述，何者為非？

- (A)客服可以使用 Messenger
- (B)公告產品資訊可以用粉絲專頁
- (C)投放廣告可以使用個人帳號
- (D)經營社群可以使用臉書社團

第 18 題

賣家透過網路，與網紅、部落客甚至個人推廣者合作，請他們在網路上主動宣傳自家的商品或服務。當因為這些推廣者的宣傳而達到目標轉換，賣家將會分享利潤給推廣者。請問以上的敘述為何者網路廣告類型的定義？

- (A)原生廣告
- (B)臉書廣告
- (C)關鍵字廣告
- (D)聯盟行銷



第 19 題

網路廣告紅利時代已漸漸過去，未來再投放廣告的時候，應該要更注重？

- (A)曝光成本
- (B)顧客的終身價值
- (C)點擊成本
- (D)營業額

第 20 題

在現今網路世代，下列何者非衡量內容價值的主要方式？

- (A)消費者容不容易搜尋得到
- (B)專業人士會不會認可
- (C)消費者會不會大量分享
- (D)群體會不會互相討論

第 21 題

下列何者非經營品牌官網的特點？

- (A)營業額較在通路平台來得高
- (B)經營上較在通路平台來得有彈性
- (C)能獲得較多消費者行銷上的數據
- (D)能獲得完整的會員資料

第 22 題

下列哪一個通路平台是屬於 B2C 的商業模式？

- (A)蝦皮拍賣
- (B)奇摩商城
- (C)Pchome24H 購物
- (D)淘寶



第 23 題

當原子筆已經成為大眾拿來書寫的工具時，雖然有立可白等可以塗改的互補品，但還是多少會破壞字跡，所以也養成很多人盡量備而不用。此時百樂在市場上推出【可擦拭】原子筆是根據下列商品銷售法則哪一項而制定？

- (A)解決問題法則
- (B)故事法則
- (C)非常識法則
- (D)第一印象法則

第 24 題

在網路上，下列何者為內容形式的一種？

- (A)文字
- (B)圖片
- (C)影片
- (D)以上皆是



二、多選題(multiple choices)

第 1 題

消費者行為從過去的 AIDA 模型到現今的 AISAS 模型，其中的兩個因網路興起而產生的 S，分別是？(請選擇 2 個答案)

- (A) Strong(強大)
- (B) Search(搜尋)
- (C) Share(分享)
- (D) Shopping(購物)

第 2 題

Google Ads 廣告包含以下哪幾種類型？(請選擇 3 個答案)

- (A)搜尋聯播網
- (B)多媒體聯播網
- (C)EDM 廣告
- (D)購物廣告

第 3 題

下列何者為社群經營常犯的錯誤？(請選擇 3 個答案)

- (A)經營臉書就夠了
- (B)只靠自己宣傳
- (C)把銷售當作唯一目標
- (D)花時間去了解用戶



答案卷
參考答案

題號	答案
1	C
2	D
3	C
4	B
5	C
6	D
7	B
8	C
9	B
10	A
11	C
12	A
13	D
14	A
15	A
16	D
17	C
18	D
19	B
20	B
21	A
22	C
23	A
24	D
多選	答案
1	BC
2	ABD
3	ABC