



# ITE 資訊專業人員鑑定

## 系統分析類－電子商務試題

學科 30% (為單複選題，每題 2 分，共 30 分)

1. 將消費者聚集起來，在具有一定規模後，與企業進行議價，從而得到最大優惠之經營模式稱為：

- (A) C2C
- (B) B2C
- (C) C2B
- (D) B2B

Ans : C

2. 行銷學者針對電子市場的消費特性提出 4C 觀點以取代傳統的 4P，以下哪一個不屬於 4C 範疇？

- (A) Communication
- (B) Customer Relationship
- (C) Community
- (D) Cost

Ans : D

3. 現行我國智慧財產權相關規定中，著作權受保護的期間為著作人生存期間與其死後多少年？

- (A) 50 年
- (B) 30 年
- (C) 70 年
- (D) 45 年

Ans : A

4. 關於網路交易安全標準 SET 的敘述，下列何者有誤？

- (A) 可確認在 Internet 線上交易，每個節點之訊息傳遞都是安全的
- (B) 可確保顧客資料輸入的隱密性
- (C) 可確認商店及持卡人雙方身份的正确性
- (D) 確認在 SET 通訊協定中，商店可看到客戶端之個人資訊，以確保交易進行

Ans : D

5. 請排出消費者購買決策過程的五個階段順序？

- (A) 資訊尋找→方案評估→問題認知→購買選擇→購買結果
- (B) 方案評估→資訊尋找→問題認知→購買選擇→購買結果
- (C) 資訊尋找→方案評估→購買選擇→問題認知→購買結果
- (D) 問題認知→資訊尋找→方案評估→購買選擇→購買結果

Ans : D

6. 針對多對一 B2B 買方導向電子市集模式，以下何者敘述為假？

- (A) 屬於一個買方多個賣方，又稱為電子採購市集
- (B) 買方可開設一個電子市集，邀請可能供應商進行出價，執行逆向拍賣作業
- (C) 群體（匯集多個買方訂單）採購是屬於此多對一類型
- (D) 此模式較適用於大量或大型採購案

Ans : C

7. Manson(1986) 認為在資訊時代中，非常關注最為重要的資訊倫理議題而提出 PAPA 模式，請問下列哪個議題不包含在 PAPA 模式中？

- (A) 隱私權 (Privacy)
- (B) 資訊正確性 (Accuracy)
- (C) 財產權 (Property)
- (D) 責任歸屬權 (Accountability)

Ans : D

8. 入口網站上的橫幅廣告 (Banners) 屬於哪一種行銷模式？

- (A) 直效行銷
- (B) 大眾媒體行銷
- (C) 一般線上行銷
- (D) 個人化線上行銷

Ans : C

9. 以下哪一級不是 CMMI (Capability Maturity Model-Integrated) 認證的五級之一？

- (A) 最佳化 (Optimizing)
- (B) 已整合 (Integrated)
- (C) 初始 (Initial)
- (D) 可重覆 (Repeatable)

Ans : B



10. 在入口網站的網頁上刊登橫幅廣告 (Banner)，以下哪一項目不應該是主要的績效衡量指標？

- (A) 點閱率
- (B) 達成的銷售量
- (C) 網頁平均停留時間
- (D) 網頁總瀏覽人數

Ans : C

11. 請問以下哪些是可應用於手持行動裝置 (手機、PDA) 上使用的作業系統？

- (A) Symbian
- (B) LINUX
- (C) GPRS
- (D) WIN CE

Ans : ABD

12. 以下有關 TCP/IP 的描述哪些為真？

- (A) TCP/IP 包括了一組電腦通訊細節的網路標準，以及一組用來連接網路和選擇網路交通路徑的協定
- (B) 每一位網際網路的使用者都需透徹了解 TCP/IP 這個協定
- (C) 用 TCP/IP 連接網路的電腦都必須有一個獨一無二的識別位址
- (D) TCP/IP 必須在微軟平台上才能使用

Ans : AC

13. 下列哪些項目是提供行動商務 (Mobile Commerce) 服務系統所不可或缺的構成元素？

- (A) 前端行動設備
- (B) 行動應用服務
- (C) 企業資料庫整合
- (D) 電子錢包

Ans : ABC



14. 請問下列哪些項目是屬於「特定的消費族群」的變數，可以用來做為區隔消費族群？

- (A) 人口統計變數（如年齡、性別）
- (B) 地理變數（如都市、地區）
- (C) 心理變數（如興趣、對產品涉入程度）
- (D) 行為變數（如使用頻率、品牌忠誠度）

Ans：ABCD

15. 下列哪些可以做為網路行銷的具體績效評估指標？

- (A) 網站瀏覽人次
- (B) 訪客回訪率
- (C) 顧客抱怨率
- (D) 加入會員數量

Ans：ABD

## 術科 70% (共計 70 分)

1. (1) 請問電子商務與傳統商務有何不同？  
(2) 如果您是一位傳統產業的經營者，請問這些不同將為你帶來哪些機會與威脅？
2. 經營模式包括哪四大要素？
3. 何謂網路釣魚 (Phishing)？請概略說明網路釣魚詐騙之流程？
4. 7-ELEVEN 2010 年全台店數已達 4728 家。7-ELEVEN 從 1980 年代影印、代客傳真，1990 年代的代收服務，2000 年代的預購、宅急便、電子商務、到店取貨、ATM 提款機和 icash 卡等等，不斷地創造「感動的服務」。對生活一成不變的消費者而言，總有新鮮事的小 7，讓到小 7 逛逛發現新玩意，已成為許多消費者生活的小樂趣。自 2006 年起推出整合以往服務並加以創新延伸的「ibon 便利生活站」。ibon 共包含列印、掃描、下載、申辦、購票、紅利、繳費、休閒、數位生活、儲值、好康等 11 大項服務。在繳費方面，除基本水電費外亦曾增加了補單繳費、信用卡和現金卡繳費、慈善捐款、配合廠商所提供的代碼繳費，甚至線上點燈與安太歲的費用……等。

在購票與休閒服務方面，即為代收服務後另一個帶給民眾生活更便利的創新服務，不但各展覽表演及演唱會門票、電影票、運動票、交通票皆可訂購，亦推薦不同的主題旅遊、各縣市政府強打之觀光活動等。雖然 ibon 購票仍處於導入期，需要各項大型吸客活動讓消費者熟悉操作與養成習慣，但消費者洞察與可預見的商機在於購買年代售票不用再去據點較少的金石堂或敦煌書店，不用為動作慢的工讀生焦慮（光溝通就錯失買票良機，搶手的票省一秒都是關鍵！），想購買電影票亦不用擔心線上或電話購票付費時，信用卡資訊曝光（需輸入卡號），若怕連線 lag 者，亦可在家訂票後至 ibon 取票，可見 ibon 在購票或取票服務的發展仍有成長的空間。

7-ELEVEN 營運重點之一就是「虛擬二樓」概念，包括預購、網購及 ibon，力拚獲利兩位數成長。網路趨勢觀察家詹宏志就評論，7-ELEVEN 的 ibon，是實體店面打破面積坪效限制的聰明策略。7-ELEVEN 不但自己做，更將發揮龍頭影響力，串聯外部資源，搭建一個全新的零售體系。在過去 10 年的努力下，統一超商一共創造了 7 條後台系統、10 個不同服務來滿足所有消費者。加上 4000 多店的 POS 情報系統，7-ELEVEN 所建立的，其實是一個龐大無比的商情中心。

請依上述個案，分析回答下列兩個問題：

- (1) 請您利用電子商務相關理論，分析 ibon 成功與大受歡迎的因素是什麼？
- (2) 你認為 7-ELEVEN 還可以如何擴張虛實合一的經營模式？