

明新科技大學 102 學年度研究所考試入學招生 試題卷

系所類別	科目	節次	准考證號碼 (考生請填入)	考試日期
資訊管理系碩士班	資訊管理概論	第一節		102/4/28

※答案須寫在答案卷內，否則不予計分。

一、 選擇題 (每題 2 分，共 60 分)

1. 網路價值與用戶數的平方成正比，這是電子商務的何種理論：(1)莫爾定律 (2)長尾效應 (3)殺手級應用 (4)梅特卡夫定律。
2. 網站藉由跨入其他產品的銷售，期望能滿足消費者多樣的需求，達到使其覺得有任何需求時，來網站便可以滿足，促使消費者產生持續到訪的可能。這種概念稱為：(1)長尾效應 (2)個人佔有率 (3)梅特卡夫定律 (4)通往獲利之路。
3. 網路競標階段，買家若想瞭解產品現況或如何完成金流和物流等，可以採用的方法是：(1)查尋賣方評價 (2)詢問問題 (3)拍賣平台 (4)推播廣告。
4. B to C 電子商務的交易角色不包括哪個？(1)分享提供者 (2)銷售通路者 (3)市場製造者 (4)交易服務者。
5. 在電子商務交易中，組成份子主要為以物易物的方式來交易，此為下列何種型態？(1) B to B (2) B to C (3) C to C (4) P to P。
6. 電子付款系統之安全需求，不包括下列那一個？(1)付款方便性 (2)資料保密性 (3)不可否認性 (4)資料完整性。
7. 當我們要觀看 HTML 文件內容時，應該使用什麼網路工具？(1) Outlook Express (2) MSN (3) 瀏覽器 (4) FTP 檔案傳輸軟體。
8. 下列對於隱私權的敘述，何者有誤？(1) P3P 是一種向使用者傳達網站隱私權政策的標準與步驟 (2)垃圾郵件是一種常見的侵犯隱私權行為 (3)無故打開他人的電子郵件也是一種侵犯隱私權行為 (4)公司可以將會員的資料移轉給其他公司或分公司。
9. 維基百科是由網路使用者來決定其內容，這是屬於電子商務的何種特性？(1)豐富性 (2)互動化 (3)社群化 (4)創新性。
10. 104 人力銀行是屬於下列何種角色？(1)內容提供者 (Content Provider) (2)市場創造者 (Market Creator) (3)服務提供者 (Service Provider) (4)社群提供者 (Community Provider)。
11. 管理資訊系統 (MIS)，指的是一門：(1)研究組織如何發明新的產品，為企業獲取利潤，進而提升組織競爭能力的一門學問 (2)研究組織採購電腦相關設備的一門學問 (3)研究組織如何與相關企業進行策略聯盟的一門學問 (4)研究組織如何有效的利用與管理『資訊科技』來支援其『營運能力』達到提升『經營效率與策略目標』的學問。

明新科技大學 102 學年度研究所考試入學招生 試題卷

系所類別	科目	節次	准考證號碼 (考生請填入)	考試 日期
資訊管理系碩士班	資訊管理概論	第一節		102/4/28

12. 自資料倉儲中複製的一分子集合的資料組合，其目的是專門為支援某些特定的部門、特定的地區的資料管理方式是：(1) 資料挖掘 (2) 資料倉庫 (3) 資料超市 (4) 大型資料庫。
13. 「利用統計、人工智慧(AI)或其他的分析技術，在企業之大型資料庫（或倉儲）內尋找與發掘事前未知、有效且可付諸行動的資料彼此之間所隱藏的關係與規則，用來指導企業的決策制定」的資料管理方式是：(1) 資料探勘 (2) 資料倉庫 (3) 資料超市 (4) 大型資料庫。
14. 企業內部利用 Internet/Web 的技術，設置於防火牆內，支援內部員工知識與資訊的存取、傳遞與內部溝通協調合作的一個企業內部網路系統是：(1)Internet (2) Intranet (3) Extranet。
15. 企業利用 Internet 的技術來與外部相關的供應商、顧客、策略夥伴相連結，以提升彼此之間的資訊分享與協同合作績效的網路系統是：(1)Internet (2) Intranet (3) Extranet。
16. 資訊管理是否等於“電腦（或資訊）”+“管理”？(1) 是，完全等於 (2) 否，完全不相等 (3) 是，但更重要的是“整合”與“應用” (4) 否，強調的是電腦相關技術的發明，管理不是重點 (5) 否，管理能力才是重點，科技與技術一點都不重要。
17. 模仿傳統行銷中，口碑或稱口耳相傳，透過「一傳十、十傳百」的方式來打響品牌名號的方式稱為：(1) 允許式行銷(2) 搜尋引擎行銷 (3) 病毒式行銷 (4) 社會網路行銷 (5) 遊戲置入性行銷 (6) 聯盟式行銷。
18. 將產品的品牌信息放置在一般「非商業性」、「非廣告」的節目內的行銷方式稱為：(1) 允許式行銷(2) 搜尋引擎行銷 (3) 病毒式行銷 (4) 社會網路行銷 (5) 遊戲置入性行銷 (6) 聯盟式行銷。
19. 電子商務的經營模式中，以聚集相同興趣的消費者形成一個虛擬社群來分享資訊、知識、甚或販賣相同產品的方式，稱為 (1) 入口網站模式 (2) 線上內容提供者 (3) 線上社群提供者 (4) 線上市場創造者(5) 線上仲介商 (6) 線上零售商。
20. 電子商務的經營模式中，主要提供有智財權的數位內容產品與娛樂，稱為：(1) 入口網站模式 (2) 線上內容提供者 (3) 線上社群提供者 (4) 線上市場創造者 (5) 線上仲介商 (6) 線上零售商。
21. CRM 的主要目的有三，下列何者為非：(1)有價值顧客獲取 (2)顧客發展 (3)顧客的保留 (4)大量吸引新顧客。

明新科技大學 102 學年度研究所考試入學招生 試題卷

系所類別	科目	節次	准考證號碼 (考生請填入)	考試 日期
資訊管理系碩士班	資訊管理概論	第一節		102/4/28

22. RFID 與條碼的比較，何者為非：(1)RFID 通訊距離可達 5-6 公尺 (2)RFID 較貴 (3)RFID 較怕髒 (4)RFID 可間接讀取 E)RFID 可同步讀取多個 TAG。
23. CRM 的最終目的是：(1)目標行銷 (2)一對一服務 (3)顧客滿意度 (4)顧客獲利率。
24. ERP 的導入通常與何者配合進行：(1)SCM (2)CRM (3)BPR (4)TQM。
25. $KM = (P+I)S$ ，其中+代表：(1)人 (2)資訊 (3)科技 (4)分享。
26. 下列何者非 ERP 與傳統應用系統的主要區別：(1)模組可整合 (2)提供最佳實務範本 (3)分權式控管 (4)支援全球幣值與文字。
27. 企業引進 ERP 的主要原因不包括何者：(1)企業必須快速反應 (2)傳統資訊系統的整合與維修問題 (3)作為奠定電子化企業的基礎 (4)軟體供應商的要求。
28. 何者非 E 化時代 M I S 應有的角色：(1)策略導向 (2)產品導向 (3)第一線競爭武器 (4)企業導向。
29. 知識管理中最困難、最重要的議題是：(1)知識定義 (2)知識儲存 (3)知識分享 (4)知識應用。
30. 影響長鞭效應的原因不包括下列何者：(1)被誇大的定單 (2)價格變動 (3)前置時間短 (4)批次訂購。

二、 問答題 (共 40 分)

1. 資訊科技的運用對企業經營與發展發生重大影響，請分別討論兩個你認為對企業管理產生重大影響的資訊科技，請先簡述科技內容，再論述其影響與未來發展。例如: GPS、平板電腦、智慧型手機、3D 列印等。(20%)
2. 請說明 Web 2.0 工具與服務對電子商務的貢獻。(10%)
3. 請簡述所謂的孤島式的資訊系統與企業資源規劃(ERP)系統主要的差異。(10%)