

商品包裝設計暨網路行銷人才培訓班 - 教學練習題庫 (200 題)

包裝設計基本概念

1. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

2. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

3. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

4. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

5. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

6. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

A. 價格

B. 促銷活動

C. 標誌與字體

D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

7. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

A. 保護商品

B. 提升商品價值

C. 增加商品重量

D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

8. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

9. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

A. 價格

B. 促銷活動

C. 標誌與字體

D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

10. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

A. 保護商品

B. 提升商品價值

C. 增加商品重量

D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

11. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

12. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

A. 價格

B. 促銷活動

C. 標誌與字體

D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

13. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

14. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

A. 價格

B. 促銷活動

C. 標誌與字體

D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

15. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

A. 價格

B. 促銷活動

C. 標誌與字體

D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

16. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

A. 保護商品

B. 提升商品價值

- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

17. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

18. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

19. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

20. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值

- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

21. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

22. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

23. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

24. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值

- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

25. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

26. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

27. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

28. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動

C. 標誌與字體

D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

29. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

A. 價格

B. 促銷活動

C. 標誌與字體

D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

30. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

31. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

A. 保護商品

B. 提升商品價值

C. 增加商品重量

D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

32. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

A. 保護商品

- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

33. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

34. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

35. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

36. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

37. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

38. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

A. 價格

B. 促銷活動

C. 標誌與字體

D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

39. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

A. 價格

B. 促銷活動

C. 標誌與字體

D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

40. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

41. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

42. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

43. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

44. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

45. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

A. 價格

B. 促銷活動

C. 標誌與字體

D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

46. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

A. 保護商品

B. 提升商品價值

C. 增加商品重量

D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

47. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

A. 1:1

B. 1:2

C. 1:1.618

D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

48. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

A. 保護商品

B. 提升商品價值

- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

49. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

50. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

51. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

52. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值

- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

53. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

54. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

55. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

56. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格

- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

57. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

58. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

59. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

60. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格

- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

61. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

62. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

63. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

64. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品

- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

65. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

66. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

67. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

68. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

69. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

70. 商品包裝的主要功能不包括下列哪一項？

- A. 保護商品
- B. 提升商品價值
- C. 增加商品重量
- D. 傳達品牌形象

正確答案：C

解析：增加商品重量並非包裝的主要功能。

71. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

72. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

73. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

74. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

75. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

76. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

77. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

78. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

79. 包裝設計中常用的「黃金比例」約為：

- A. 1:1
- B. 1:2
- C. 1:1.618
- D. 1:3

正確答案：C

解析：黃金比例約為 1:1.618，常用於設計中以達到視覺美感。

80. 包裝設計中的「品牌識別」主要透過哪一項來傳達？

- A. 價格
- B. 促銷活動
- C. 標誌與字體
- D. 商品成分

正確答案：C

解析：標誌與字體是品牌識別的重要元素。

網路行銷基本概念

81. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

82. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

83. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

84. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

85. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

86. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

87. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

88. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

89. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

90. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

91. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

92. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

93. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

94. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

95. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播

D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

96. SEO 的中文意思是：

A. 社群優化

B. 搜尋引擎最佳化

C. 商業電子化

D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

97. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

A. 電子郵件

B. 電視

C. 廣播

D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

98. 「KOL」在網路行銷中代表：

A. 關鍵意見領袖

B. 客戶管理系統

C. 網路平台

D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

99. 「KOL」在網路行銷中代表：

A. 關鍵意見領袖

B. 客戶管理系統

- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

100. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

101. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

102. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

103. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化

- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

104. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

105. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

106. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

107. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視

C. 廣播

D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

108. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

A. 電子郵件

B. 電視

C. 廣播

D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

109. SEO 的中文意思是：

A. 社群優化

B. 搜尋引擎最佳化

C. 商業電子化

D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

110. SEO 的中文意思是：

A. 社群優化

B. 搜尋引擎最佳化

C. 商業電子化

D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

111. 「KOL」在網路行銷中代表：

A. 關鍵意見領袖

B. 客戶管理系統

C. 網路平台

D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

112. SEO 的中文意思是：

A. 社群優化

B. 搜尋引擎最佳化

C. 商業電子化

D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

113. 「KOL」在網路行銷中代表：

A. 關鍵意見領袖

B. 客戶管理系統

C. 網路平台

D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

114. 「KOL」在網路行銷中代表：

A. 關鍵意見領袖

B. 客戶管理系統

C. 網路平台

D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

115. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

116. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

117. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

118. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

119. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

120. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

121. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

122. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

123. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

124. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

125. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

126. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

127. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

128. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

129. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

130. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

131. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

132. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

133. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

134. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

135. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

136. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

137. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

138. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

139. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

140. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

141. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

142. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播

D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

143. 「KOL」在網路行銷中代表：

A. 關鍵意見領袖

B. 客戶管理系統

C. 網路平台

D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

144. 「KOL」在網路行銷中代表：

A. 關鍵意見領袖

B. 客戶管理系統

C. 網路平台

D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

145. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

A. 電子郵件

B. 電視

C. 廣播

D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

146. 「KOL」在網路行銷中代表：

A. 關鍵意見領袖

B. 客戶管理系統

- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

147. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

148. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

149. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

150. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件

- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

151. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

152. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

153. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

154. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖

- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

155. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

156. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

157. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

158. 「KOL」在網路行銷中代表：

- A. 關鍵意見領袖
- B. 客戶管理系統
- C. 網路平台
- D. 廣告代理人

正確答案：A

解析：KOL 是指在特定領域具有影響力的意見領袖。

159. SEO 的中文意思是：

- A. 社群優化
- B. 搜尋引擎最佳化
- C. 商業電子化
- D. 系統工程操作

正確答案：B

解析：SEO 是搜尋引擎最佳化的縮寫，用於提升網站排名。

160. EDM 行銷主要透過哪種方式傳遞訊息？

- A. 電子郵件
- B. 電視
- C. 廣播
- D. 報紙

正確答案：A

解析：EDM 行銷是透過電子郵件傳遞行銷訊息。

整合應用與實務情境

161. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

162. 商品包裝設計與網路行銷整合的最大優勢是：

- A. 降低設計成本
- B. 增加庫存
- C. 提升品牌一致性與消費者體驗
- D. 減少人力需求

正確答案：C

解析：整合可提升品牌一致性與消費者體驗。

163. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

164. 商品包裝設計與網路行銷整合的最大優勢是：

- A. 降低設計成本
- B. 增加庫存
- C. 提升品牌一致性與消費者體驗
- D. 減少人力需求

正確答案：C

解析：整合可提升品牌一致性與消費者體驗。

165. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

166. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

167. 商品包裝設計與網路行銷整合的最大優勢是：

- A. 降低設計成本
- B. 增加庫存
- C. 提升品牌一致性與消費者體驗
- D. 減少人力需求

正確答案：C

解析：整合可提升品牌一致性與消費者體驗。

168. 商品包裝設計與網路行銷整合的最大優勢是：

- A. 降低設計成本
- B. 增加庫存
- C. 提升品牌一致性與消費者體驗
- D. 減少人力需求

正確答案：C

解析：整合可提升品牌一致性與消費者體驗。

169. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路

D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

170. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

A. 降價促銷

B. 社群互動與內容行銷

C. 增加實體通路

D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

171. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

A. 降價促銷

B. 社群互動與內容行銷

C. 增加實體通路

D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

172. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

A. 降價促銷

B. 社群互動與內容行銷

C. 增加實體通路

D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

173. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

A. 降價促銷

- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

174. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

175. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

176. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

177. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

178. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

179. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

180. 商品包裝設計與網路行銷整合的最大優勢是：

- A. 降低設計成本
- B. 增加庫存
- C. 提升品牌一致性與消費者體驗
- D. 減少人力需求

正確答案：C

解析：整合可提升品牌一致性與消費者體驗。

181. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

182. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

183. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

184. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

185. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

186. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

187. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

188. 商品包裝設計與網路行銷整合的最大優勢是：

- A. 降低設計成本
- B. 增加庫存
- C. 提升品牌一致性與消費者體驗
- D. 減少人力需求

正確答案：C

解析：整合可提升品牌一致性與消費者體驗。

189. 商品包裝設計與網路行銷整合的最大優勢是：

- A. 降低設計成本
- B. 增加庫存
- C. 提升品牌一致性與消費者體驗
- D. 減少人力需求

正確答案：C

解析：整合可提升品牌一致性與消費者體驗。

190. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

191. 商品包裝設計與網路行銷整合的最大優勢是：

- A. 降低設計成本
- B. 增加庫存
- C. 提升品牌一致性與消費者體驗
- D. 減少人力需求

正確答案：C

解析：整合可提升品牌一致性與消費者體驗。

192. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

193. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

194. 商品包裝設計與網路行銷整合的最大優勢是：

- A. 降低設計成本
- B. 增加庫存
- C. 提升品牌一致性與消費者體驗
- D. 減少人力需求

正確答案：C

解析：整合可提升品牌一致性與消費者體驗。

195. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

196. 商品包裝設計與網路行銷整合的最大優勢是：

- A. 降低設計成本
- B. 增加庫存
- C. 提升品牌一致性與消費者體驗
- D. 減少人力需求

正確答案：C

解析：整合可提升品牌一致性與消費者體驗。

197. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

198. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路
- D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。

199. 若商品包裝設計成功吸引消費者注意，下一步應該是：

- A. 降價促銷
- B. 提供詳細商品資訊
- C. 更換設計師
- D. 減少廣告預算

正確答案：B

解析：吸引注意後應提供資訊以促進購買決策。

200. 若企業希望透過網路行銷提升品牌形象，最適合的策略是：

- A. 降價促銷
- B. 社群互動與內容行銷
- C. 增加實體通路

D. 減少廣告支出

正確答案：B

解析：社群互動與內容行銷有助於建立品牌形象。