

台灣電力公司 110 年度新進僱用人員甄試試題

科目:專業科目 B (企業管理概論)

考試時間:第 3 節, 60 分鐘

注意事項

- 1.本試題共 2 頁(A4 紙 1 張)。
- 2.本科目禁止使用電子計算器。
- 3.本試題分為填充、問答兩大題,各類配分於題目處標明,共 100 分。
- 4.須用黑色或藍色原子筆或鋼筆在答案卷指定範圍內作答,於本試題或其他紙張作答者不予計分;答案卷作答區計有正反 2 面,不提供額外之答案卷。
- 5.作答毋須抄題,但須依序標明題號,問答與計算大題須詳列解答過程,未詳列者不予給分。
- 6.本試題採雙面印刷,請注意正、背面試題。
- 7.考試結束前離場者,試題須隨答案卷繳回,俟本節考試結束後,始得至原試場或適當處所索取。

一、填充題:40%(20 題,每題 2 分,共 40 分)

- 1.企業組織致力於綠化的方法可依「綠化程度」(shapes of green)區分為 4 種途徑,其中_____途徑是指組織會對顧客的環境偏好有所回應,顧客對環保產品的任何要求,組織都會盡可能提供。
- 2.一般常見的決策偏誤中,決策者依賴初期資訊,將其當作起始點,一旦他們心中有定案後,就無法根據後來的資訊做適當的調整,稱之為_____。
- 3.組織設計的流程牽涉到 6 個重要元素的決策,包含專業分工、部門化、指揮鏈、_____、集權與分權,以及正式化。
- 4.«OGSM 一頁計畫表»為許多知名產業所採用,其包含 4 個項目,分別為最終目的、具體目標、_____及檢核。
- 5._____理論認為領導者會劃分內、外團體,而內團體的成員將會有較高的績效評估、較低的離職率及較高的工作滿意度。
- 6.麥克里蘭(David McClelland)等人所提出的三需求理論(three-needs theory),認為 3 種後天的需求是人們工作的動機,分別為_____需求、權力需求及歸屬需求。
- 7.領導者的權力來源有 5 種,其中_____權力是基於專業、特殊技術或知識而來的權力。
- 8._____是指對一個人的價值觀念、態度與行為有間接或直接影響的群體,常會影響消費者對產品的購買動機、評估與選擇。
- 9.當廠商的資源有限,無法在主要市場與其他競爭者抗衡時,可以傾全力爭取一個其他廠商看不上眼、不想進入的次要市場,這種方式稱為_____行銷。
10. A 公司有流動資產 1,200 萬,存貨 400 萬,流動負債 500 萬,則該公司之速動比率為_____。
- 11.資產負債表的內容由資產、負債和_____三大部分所構成,能夠顯示企業在某個時間點的財務狀況。
- 12.波士頓顧問團發展之 BCG 矩陣中,_____事業為高市場占有率及低市場成長率。
- 13.SWOT 分析為策略分析的重要工具,協助經理人進行適當的決策,其中 T 代表_____。
- 14.企業產品生命週期共分為 4 個時期,當進入_____期時,產品銷售量急遽攀升,且競爭者數量開始增加。

15. _____性創新之概念，係指產品、服務或流程上的創新，顛覆現有的市場競爭模式與遊戲規則，有利於市場新進者挑戰現有市場在位者。
- 16.彼得聖吉(Peter M. Senge)提出建構「學習型組織」的五項修練，其中_____，強調以新思維方式擺脫錯誤的經驗與邏輯，運用整體性的觀點駕馭複雜的外在事物。
- 17.企業可以透過_____管理，降低不可控事件所帶來的威脅或損失，進而減少對企業經營造成不利的影響。
- 18.當注入經濟體系的貨幣超過實際產出，導致物價水準持續上漲，稱之為_____膨脹。
- 19.整合兩項資源後，產生的總效果大於兩項資源單獨效果的加總(亦即為 $1+1>2$ 的效果)，稱之為_____。
- 20.在波特(M. E. Porter)的競爭策略中，以低價做為主要競爭手段，將重點置於追求生產上的規模經濟，對於研發、生產、行銷等費用有嚴格管控，稱之為_____策略。

二、問答題：60%(4題，共60分)

1.名詞解釋(每小題3分，共15分)

- (1)群體迷思(groupthink)
- (2)自利偏差(self-serving bias)
- (3)共享經濟(sharing economy)
- (4)奧茲法則(The Oz Principle)
- (5)畸零定價(odd pricing)

2.品牌權益(brand equity)是指品牌為商品與服務所帶來的附加價值，其越來越受到實務界與學術界的重視，請問 Aaker 品牌權益模式(Aaker's brand equity model)是由哪5個層面所構成？請逐一系列並說明之。(15分)

3.請說明組織變革(organizational change)的3種類型及其內涵？(15分)

4.學者 Parasuraman、Zeithaml 和 Berry 提出服務品質觀念模型—PZB 模式(或稱「缺口模式」)，其中可能影響顧客對服務品質的感受共有5種缺口，請逐一系列並說明之。(15分)