

【企業管理－題庫衝刺②】講義勘誤表

P17

第 8 行

原本為：() 14.在經營策略中，下列何者係指建立產品與眾不同的形象，以獲取產業中獨特的地位，吸引消費者？ (A)全面成本領導策略 (B)差異化策略專注策略 (D)烏賊策略。

修正為：() 14.在經營策略中，下列何者係指建立產品與眾不同的形象，以獲取產業中獨特的地位，吸引消費者？ (A)全面成本領導策略 (B)差異化策略 (C)專注策略 (D)烏賊策略。

P21

第 9 行

原本為：() 3.商店推出超低價的特價品或每日一物，以吸引顧客上門，希望顧客除了特價品之外，也購買一些正常價格的產品。這種定價法稱為： (A)威望定價法 (prestige pricing) (B)畸零定價法 (odd-even pricing) (C)牲打定價法 (loss leader pricing) (D)封籤定價法 (sealed-bid pricing)。

修正為：() 3.商店推出超低價的特價品或每日一物，以吸引顧客上門，希望顧客除了特價品之外，也購買一些正常價格的產品。這種定價法稱為： (A)威望定價法 (prestige pricing) (B)畸零定價法 (odd-even pricing) (C)犧牲打定價法 (loss leader pricing) (D)封籤定價法 (sealed-bid pricing)。

第 17 行

原本為：() 6.下列何種定價方式，在使價格與消費者對產品的知覺價值相符？ 價值定價法 (value-based pricing) (B)變動成本定價法 (variable cost pricing) (C)成本加成定價法 (cost-plus pricing) (D)成本基礎定價法 (cost-based pricing)。

修正為：() 6.下列何種定價方式，在使價格與消費者對產品的知覺價值相符？ (A)價值定價法 (value-based pricing) (B)變動成本定價法 (variable cost pricing) (C)成本加成定價法 (cost-plus pricing) (D)成本基礎定價法 (cost-based pricing)。

P24

第 6 行

原本為：() 12.下列何者屬於產品導向促銷工具？ (A)折價券 (B)免費樣品 (C)折扣 (D)加量不加價將企業經營理念及企業精神文化，透過設計之文字、圖案、顏色或整體造型，傳達給企業內外大眾，稱為： (A)理念識別 (B)企業識別 (C)活動識別 (D)視覺識別。

修正為：() 12.下列何者屬於產品導向促銷工具？ (A)折價券 (B)免費樣品 (C)折扣 (D)加量不加價。

P28

第 3 行

原本為：() 13.97 年底流動資產為\$200,000，流動負債為\$100,000，存貨為\$50,000，預付款為\$30,000，有價證券為\$10,000，則其速動比率為：(A) 2 (B) 1 (C) 0 (D) 0。

修正為：() 13.97 年底流動資產為\$200,000，流動負債為\$100,000，存貨為\$50,000，預付款為\$30,000，有價證券為\$10,000，則其速動比率為：(A) 1.2 (B) 1.1 (C) 2.0 (D) 1.0。