在地產業價值提升規劃師認證

認證題庫共200題

認證檢定考試說明

本認證檢定採單科測驗制，每科考試內容與配分方式如下：

是非題：15 題
選擇題：10 題
每題配分：4 分

全卷 總分為 100 分，
成績達 60 分（含）以上者為合格。

考試時間為 60 分鐘，
請考生於規定時間內完成作答。

壹、是非題(100題)

一、在地產業與地方發展(1–20)

1. 在地產業是指與地方文化與資源相關的產業。
   答案:是
   解析:地方產業與在地資源密切相關。
2. 在地產業發展只依賴外來投資。
   答案:否
   解析:在地資源與人才更重要。
3. 在地產業可促進地方經濟發展。
   答案:是
4. 地方特色是產業價值的重要來源。
   答案:是
5. 在地產業與文化無關。
   答案:否
6. 在地產業可結合觀光發展。
   答案:是
7. 地方品牌可提升產業價值。
   答案:是
8. 在地產業發展不需社區參與。
   答案:否
9. 在地產業可促進文化保存。
   答案:是
10. 在地產業規劃需了解地方資源。
    答案:是

11. 在地產業可結合創意設計。
答案:是
12. 地方產業升級可透過創新。
答案:是
13. 在地產業不需市場分析。
答案:否
14. 在地產業可發展特色產品。
答案:是
15. 在地產業與地方認同有關。
答案:是
16. 在地產業發展不需永續思維。
答案:否
17. 在地產業可促進就業機會。
答案:是
18. 地方資源可轉化為產業價值。
答案:是
19. 在地產業規劃需跨領域合作。
答案:是
20. 在地產業可促進社區發展。
答案:是

二、產業價值提升策略(21–40)

21. 產業升級可透過品牌建立。
答案:是
22. 在地產業可透過設計提升價值。
答案:是
23. 產業規劃不需行銷策略。
答案:否

24. 在地產業可建立故事品牌。
答案:是
25. 價值提升需產品品質改善。
答案:是
26. 在地產業可透過體驗經濟發展。
答案:是
27. 產業價值提升不需創新。
答案:否
28. 在地產業可發展文化商品。
答案:是
29. 品牌識別可提升市場競爭力。
答案:是
30. 在地產業規劃需市場定位。
答案:是

---

31. 產業價值提升可透過數位行銷。
答案:是
32. 在地產業可結合文化創生。
答案:是
33. 產業發展不需消費者分析。
答案:否
34. 在地產業可建立合作平台。
答案:是
35. 產業價值提升需長期策略。
答案:是
36. 在地產業可透過包裝設計提升價值。
答案:是

37. 產業規劃需考慮成本結構。
答案:是
38. 在地產業可建立品牌故事。
答案:是
39. 產業升級需技術應用。
答案:是
40. 在地產業可發展跨域合作。
答案:是

三、社區與文化連結(41–60)

41. 在地產業可促進文化傳承。
答案:是
42. 社區參與可提升產業永續性。
答案:是
43. 在地產業與社區無關。
答案:否
44. 在地產業可促進地方觀光。
答案:是
45. 社區文化可轉化為產業資源。
答案:是
46. 在地產業規劃需文化敏感度。
答案:是
47. 在地產業可促進地方品牌建立。
答案:是
48. 社區合作可提升產業競爭力。
答案:是
49. 在地產業可促進文化教育。
答案:是

50. 在地產業規劃需建立合作網絡。
答案:是

---

51. 在地產業可促進地方創生。
答案:是
52. 在地產業可建立體驗活動。
答案:是
53. 在地產業不需文化研究。
答案:否
54. 在地產業可促進社區經濟。
答案:是
55. 在地產業可建立文化觀光路線。
答案:是
56. 在地產業需尊重地方文化。
答案:是
57. 在地產業可促進文化認同。
答案:是
58. 在地產業可結合教育活動。
答案:是
59. 在地產業規劃需社區溝通。
答案:是
60. 在地產業可促進地方創意發展。
答案:是

四、專業能力與規劃管理(**61–80**)

61. 在地產業規劃需專案管理能力。
答案:是
62. 在地產業規劃需市場分析能力。
答案:是
63. 在地產業規劃不需溝通能力。
答案:否
64. 在地產業規劃需資料分析。
答案:是
65. 在地產業規劃需創意思維。
答案:是
66. 在地產業規劃需領導能力。
答案:是
67. 在地產業規劃需問題解決能力。
答案:是
68. 在地產業規劃需風險評估。
答案:是
69. 在地產業規劃需建立評估制度。
答案:是
70. 在地產業規劃需文件紀錄。
答案:是

---

71. 在地產業規劃需建立合作關係。
答案:是
72. 在地產業規劃需倫理意識。
答案:是
73. 在地產業規劃需文化理解能力。
答案:是

74. 在地產業規劃需持續改善。
答案:是
75. 在地產業規劃需長期願景。
答案:是
76. 在地產業規劃需跨領域合作。
答案:是
77. 在地產業規劃需資源整合能力。
答案:是
78. 在地產業規劃需決策能力。
答案:是
79. 在地產業規劃需永續思維。
答案:是
80. 在地產業規劃需社會責任。
答案:是

五、核心理念(81–100)

81. 在地產業價值提升需整合文化與經濟。
答案:是
82. 在地產業發展需建立地方品牌。
答案:是
83. 在地產業可促進文化保存與創新。
答案:是
84. 在地產業可透過創意設計提升價值。
答案:是
85. 在地產業發展需建立永續模式。
答案:是
86. 在地產業可促進地方文化自信。
答案:是

87. 在地產業可建立文化經濟模式。
答案:是
88. 在地產業可促進跨世代合作。
答案:是
89. 在地產業可促進地方創新。
答案:是
90. 在地產業規劃需整合政策與資源。
答案:是

---

91. 在地產業可促進社會價值。
答案:是
92. 在地產業可建立文化品牌。
答案:是
93. 在地產業可促進地方永續發展。
答案:是
94. 在地產業可促進文化教育。
答案:是
95. 在地產業規劃需建立長期合作。
答案:是
96. 在地產業可促進地方文化創新。
答案:是
97. 在地產業可促進社區凝聚力。
答案:是
98. 在地產業可建立文化價值鏈。
答案:是
99. 在地產業可促進文化經濟發展。
答案:是

100.在地產業價值提升規劃師的核心任務是整合在地資源與產業價值。
答案:是
解析:在地產業規劃的核心使命。

貳、選擇題(100題)

第一部分:基礎理論與產業架構 (1–25)

1. 在地產業發展最核心的物質基礎為何？ A. 外部引進的工業設備 B. 國際金融中心的投資 C. 當地特有的地方資源 D. 跨國廣告公司的包裝 答案:C 解析:在地產業必須紮根於地方特有的資源與產出。
2. 發展在地產業最主要的社會經濟功能為何？ A. 擴大城鄉階級差距 B. 帶動地方經濟與就業 C. 強化區域間的資源排他 D. 建立行政上的絕對競爭 答案:B
3. 規劃師在推動產業升級前，首要必須深入了解：A. 國外銀行的貸款利率 B. 職業運動的競技規則 C. 地方文化與社群底蘊 D. 尖端工業的設計流程 答案:C
4. 如何有效提升在地產品的溢價空間與識別度？ A. 增加規費收費制度 B. 強化內部財務報表 C. 簡化工程施工流程 D. 建立具代表性的品牌 答案:D

5. 在進行在地產業規劃時，設定「市場定位」的主要目的為何？ A. 確立產品競爭優勢與目標群眾 B. 制定門票收費標準 C. 核對行政銷售帳目 D. 建立封閉的財務系統 答案：A
6. 在地產業最常與哪一個領域結合以達成轉型？ A. 文化觀光與體驗經濟 B. 全球金流結算系統 C. 鋼鐵重工業生產 D. 職業化體育博弈 答案：A
7. 欲提升在地產業價值，產品端的品質管理應對標：A. 行銷宣傳的誇大效果 B. 符合市場期待的品質與安全 C. 財務報表的獲利數字 D. 規費收費的標準化 答案：B
8. 為了讓產業發展具備一致性，規劃師必須制定：A. 規費分潤計畫 B. 行政收費流程 C. 封閉式銷售系統 D. 整體的行銷與品牌策略 答案：D
9. 在地產業成功發展後，對社區最顯著的貢獻是提供：A. 區域性的排他權利 B. 在地青年的就業機會 C. 嚴重的社會階級落差 D. 立場鮮明的政治競爭 答案：B
10. 規劃師在協調地方政府與小農、工坊時，最核心的能力是：A. 卓越的溝通與整合能力 B. 專業的土木施工能力 C. 複雜的財務精算能力 D. 抽象的銀行借貸能力 答案：A
11. 數位轉型下，在地產業可以透過何種方式提升價值感？ A. 創新的設計與視覺包裝 B. 增加繁瑣的收費手續 C. 建立冗長的財務制度 D. 採用高耗能工程施工 答案：A
12. 評估一個地方是否適合發展特定產業，需先研判：A. 國際銀行的投資意願 B. 當地的真實市場

需求 C. 工業設計的獲獎次數 D. 體育活動的參與人數 答案:B

13. 在地產業的「價值」體現，通常是建立起一個：A. 具備地方色彩的品牌 B. 高效率的收費系統 C. 封閉的行政銷售體系 D. 複雜的財務報告制度 答案:A

14. 為了讓消費者產生情感連結，在地產業應結合：A. 深度的主題體驗活動 B. 複雜的銀行業務流程 C. 專業的工業設備租賃 D. 昂貴的體育競技器材 答案:A

15. 規劃案中對於預算的配置，其核心目標是達成：A. 資源的有效開發與配置 B. 行政規費的極大化收費 C. 銷售帳目的即時結算 D. 財務人員的行政考核 答案:A

16. 好的在地產業規劃，能為「社區」帶來的產出是：A. 不同族群間的資源排擠 B. 整體的社區永續發展 C. 社會財富的絕對壟斷 D. 商業環境的惡性對立 答案:B

17. 進行地方產業資源普查時，規劃師需要具備：A. 深厚的資料收集與研究能力 B. 精密的自動化工程能力 C. 高超的財務會計能力 D. 專業的銀行信貸能力 答案:A

18. 產品要走入市場，美感設計的重點在於：A. 包裝設計的文化傳達力 B. 規費收費的標誌顯目度 C. 財務制度的流程設計 D. 施工工程的安全標示 答案:A

19. 確保產業推廣不失控，必須建立：A. 嚴謹的專案時程規劃表 B. 門票與服務的收費制度 C. 產

品的分潤與銷售制度 D. 財務的年度結報制度 答案:A

20. 除了經濟價值，在地產業亦具備何種社會功能？ A. 信仰的排他 B. 階級的固化 C. 文化的保存與活化 D. 立場的競爭 答案:C

21. 當前最熱門的地方產業轉型方向為何？ A. 跨國金融操作 B. 重化學工業生產 C. 文化創生與在地價值轉化 D. 職業體育博弈聯賽 答案:C

22. 產業聯盟能否運作成功，首重團隊內部的： A. 互信合作與共識達成 B. 絕對權威的行政控制 C. 分潤明確的收費制度 D. 市場壟斷的銷售計畫 答案:A

23. 在地產業發展能產生的最強心理資產是： A. 區域性的資源壟斷權 B. 居民對土地的文化認同 C. 不同階級的社會優越感 D. 市場環境的對立競爭 答案:B

24. 規劃師分析產業獲利時，應先審查其： A. 成本結構與定價策略 B. 規費收費的分成比例 C. 市場佔有率的絕對值 D. 銀行貸款的還款制度 答案:A

25. 賦予在地產品靈魂的最有效行銷方式是： A. 述說在地品牌故事 B. 增加行政規費收費 C. 強化內部財務控管 D. 引進大型工程設備 答案:A

第二部分：實務應用、行銷與專業技能 (26–50)

26. 建立「在地產業平台」的核心目的是為了整合： A. 行政控制權力 B. 商業規費收費 C. 多元資源與合作網絡 D. 封閉式財務系統 答案:C

27. 推動「地方創新」對於產業的直接助益是：**A.** 開發具備競爭力的新產品或服務 **B.** 增加群體間的排他與鬥爭 **C.** 擴大區域間的貧富差距 **D.** 推動激烈的價格競爭 答案：**A**

28. 規劃師評估專案成效時，不應忽略哪種量化指標？ **A.** 具備邏輯的數據分析與評比 **B.** 專業的土木工程量體 **C.** 抽象的會計財務科細項 **D.** 專業的銀行信貸評等 答案：**A**

29. 在地產業與教育結合，可以發展出何種新產品？ **A.** 食農教育或文化體驗教案 **B.** 銀行內部的員工訓課程 **C.** 工業設備的標準操作流程 **D.** 體育競技的專業戰術板 答案：**A**

30. 為了行政課責與經驗傳承，專案必須做好：**A.** 完整的文件紀錄與影音存檔 **B.** 強化的收費催繳制度 **C.** 大規模的銷售廣告 **D.** 複雜的財務結報 答案：**A**

31. 「文化觀光」與在地產業結合後，主要的產出為何？ **A.** 信仰的排他性 **B.** 階級的固化性 **C.** 競爭的對立性 **D.** 在地價值的傳遞與消費 答案：**D**

32. 一位優秀的在地產業領導者應展現：**A.** 帶動團隊向前的領導能力 **B.** 精湛的重型機械維護力 **C.** 複雜的會計審核能力 **D.** 抽象的銀行借貸技巧 答案：**A**

33. 利用數位平台（如：社群、電商）的主要目的是：**A.** 進行精準的數位行銷與溝通 **B.** 增加行政收費的門檻 **C.** 強化內部的財務控制 **D.** 進行虛擬工程施工模擬 答案：**A**

34. 為了持續優化專案，管理層應建立：**A.** 滾動式的評估與修正機制 **B.** 每年固定的收費調漲制度

C. 行政主導的銷售制度 D. 封閉性的財務管理 答案:A

35. 在地產業能產生的「社會資本」體現在: A. 公眾對於公共事務的積極參與 B. 不同立場間的排他對立 C. 社會資源的階級壟斷 D. 商業環境的惡性對抗 答案:A

36. 產業規劃的安全管理，核心應在於: A. 保障場域與產品的使用安全 B. 確保收費箱的防盜安全 C. 核對銷售帳目的行政安全 D. 維護財務系統的資安防護 答案:A

37. 「文化教育」與產業結合，其終極社會目標是: A. 建立正確的文化與產業價值觀 B. 擴大信仰間的排他思維 C. 增加社區間的競爭壓力 D. 強化階級間的認同隔閡 答案:A

38. 執業規劃師在處理地方議題時，必須具備: A. 高度的文化敏感度與專業倫理 B. 工程界的自動化技術 C. 金融界的財務操盤術 D. 體育界的教練領隊資歷 答案:A

39. 提升傳統工藝價值的關鍵策略為何？ A. 導入現代設計與品牌思維 B. 增加收費的行政規費 C. 強化內部會計審核 D. 引進重工業施工模式 答案:A

40. 專案執行後，為了與支持者對話應建立: A. 透明的回饋與溝通機制 B. 催繳規費的收費機制 C. 行政主導的銷售制度 D. 封閉的財務報告制度 答案:A

41. 建立「地方品牌」對小農或小微企業最大的幫助是: A. 提升產品的市場辨識度與競爭力 B. 增加

族群間的資源排擠 **C.** 強化階級的固化 **D.** 推動激烈的意識形態競爭 答案:**A**

42. 當面臨產銷衝突時，規劃師最需要展現：**A.** 冷靜理性的問題解決能力 **B.** 專業的硬體工程維修 **C.** 高階的財務投資策略 **D.** 專業的銀行信貸評估 答案:**A**

43. 現代「體驗經濟」在產業規劃中的具體實踐是：**A.** 將產品與在地文化體驗結合 **B.** 簡化銀行業務流程 **C.** 增加工業設備曝光 **D.** 推廣運動競賽器材 答案:**A**

44. 確保在地產業能傳承並壯大，應制定：**A.** 具備遠見的長期發展策略 **B.** 浮動的規費收費制度 **C.** 壟斷的單一銷售制度 **D.** 複雜的內部財務報表 答案:**A**

45. 下列何者是「地方創生」最核心的期待成果？**A.** 信仰的立場排他 **B.** 社會階級落差 **C.** 商業惡意競爭 **D.** 地方魅力的展現與經濟復甦 答案:**D**

46. 規劃師在多方利害關係人間，扮演的最重要角色是：**A.** 具備全局觀的決策與協調整合者 **B.** 單一工業零件的採購員 **C.** 銀行低利貸款的仲介人 **D.** 單一廣告文案的撰寫者 答案:**A**

47. 引進科技協助產業轉型，應優先考慮：**A.** 適當且能增加價值的技術應用 **B.** 行政收費的便利化 **C.** 財務報表的數位化 **D.** 重型工程施工的自動化 答案:**A**

48. 為了整合產官學資源，規劃師應搭建：**A.** 開放且共享的合作平台 **B.** 嚴格控管的收費窗口 **C.** 封閉運作的銷售系統 **D.** 行政主導的財務系統 答案:**A**

49. 產業能讓社區凝聚力提升，主要來自於：**A.** 立場的對立與排他 **B.** 共同的認同感與利益分享 **C.** 不同階級的社會差距 **D.** 市場環境的激烈競爭 答案：**B**

50. 「在地產業價值提升規劃師」在社會中的核心價值為何？ **A.** 建立行政管理的絕對權威 **B.** 提升門票與規費的收費總額 **C.** 整合地方資源並帶動產業永續 **D.** 推動激烈的商業壟斷競爭 答案：**C**

第三部分：地方創生、農村升級與進階情境 **(51–75)**

51. 推行「地方創生」專案時，首要且最關鍵的工作為何？ **A.** 進行大規模的媒體宣傳 **B.** 建立嚴格的收費抽成制 **C.** 落實精準的在地需求與資源盤點 **D.** 採購先進的自動化施工設備 答案：**C** 解析：盤點是在地規劃的基石，了解有什麼、缺什麼才能對症下藥。

52. 農業界推崇的「六級產業化」其核心邏輯為何？ **A.** 生產(1)×加工(2)×服務(3)的跨界融合 **B.** 向農民收取六倍的規費 **C.** 引進六種不同的國外廣告策略 **D.** 控制六個不同市場的價格走勢 答案：**A** 解析：**1x2x3=6**，代表從產地到餐桌、從產品到體驗的價值延伸。

53. 建立一個成功的「文化品牌」，其敘事核心應圍繞在：**A.** 當年度的行政銷售額 **B.** 背景音樂的節奏快慢 **C.** 銀行利率的浮動比例 **D.** 深刻且真實的地方故事 答案：**D**

54. 地方創生計畫若要避免「曇花一現」，最核心的動力來源是：**A.** 社區民眾的自發性參與與認同

B. 外地廣告代理的短期操盤 C. 單次性的大型商業銀行貸款 D. 工廠生產線的瞬間擴充 答案:A

55. 農村產業若要提升價值，常採用的「體驗化」策略為何？ A. 發展產地體驗與導覽教育活動 B. 增加繁瑣的規費收費制度 C. 強化複雜的內部財務報表 D. 引進重型自動化工程施工 答案:A

56. 文化品牌策略成功的「靈魂」體現在哪一個層次？ A. 規費收費的高低點 B. 品牌與土地文化的深度識別度 C. 市場價格的競爭態勢 D. 行政財務系統的對接 答案:B

57. 在執行地方創生時，整合不同產業鏈需要建立：A. 信仰的立場排他制度 B. 互補共榮的長期合作網絡 C. 單向的行政控制系統 D. 壟斷性質的廣告發布系統 答案:B

58. 針對農村產業，哪一種資源被視為「最珍貴的在地資產」？ A. 特有的地理環境與人文資源 B. 提供一次性服務的廣告公司 C. 只看利息回報的商業銀行 D. 完全封閉運作的工業廠房 答案:A

59. 為了保持品牌在消費者心中的誠信度，應重視：A. 廣告標語的不斷變換 B. 品牌故事與產品品質的一致性 C. 規費收費的分期付款制度 D. 行政預算的大幅度浮動 答案:B

60. 在地方創生計畫中，衡量專案成功的最終標竿應是：A. 地方社會與經濟的永續共榮 B. 單一年度的行政收費總額 C. 媒體廣告的短暫爆紅成效 D. 市場資源的絕對壟斷控制 答案:A

61. 農村產業升級計畫的經理人，最核心的職能是：A. 資源跨界整合與溝通協調力 B. 專業的土木

工程設計力 **C.** 精確的財務稽核與審計力 **D.** 抽象的銀行借貸風險力 答案:**A**

62. 推廣「文化品牌策略」在市場面能產生的效益是：**A.** 增加群體間的立場排他性 **B.** 提升產品在市場的獨特辨識度 **C.** 強化不同階級的資源落差 **D.** 提升各品牌的市場惡性競爭 答案:**B**

63. 地方創生規劃師在分析人口流失問題時，應結合：**A.** 人口結構與產業機會的系統分析 **B.** 收費制度的行政裁處 **C.** 廣告採購的點擊數據 **D.** 產品銷售的單向紀錄 答案:**A**

64. 如何將農產品從「一級」轉為「二級、三級」的價值？ **A.** 透過特色加工、包裝與體驗加值 **B.** 增加門票的附加收費點 **C.** 單純增加財務報表的厚度 **D.** 加強工程施工設備的馬力 答案:**A**

65. 品牌識別系統（**VI**）對於地方品牌的作用在於：**A.** 提高對大眾的行政收費 **B.** 建立統一且專業的品牌形象傳達 **C.** 強化內部會計審查制度 **D.** 作為單純的辦公空間裝飾 答案:**B**

66. 地方創生專案若要具備高度穩定性，應制定：**A.** 具備階段性目標的長期戰略 **B.** 浮動性的各項規費收費制 **C.** 壟斷性質的外部廣告策略 **D.** 每月變更的銷售指標 答案:**A**

67. 在追求農村產業產量之際，更應守住：**A.** 產品的核心價值與優良品質 **B.** 行政部門的收費達成率 **C.** 廣告宣傳的視覺誇張度 **D.** 市場價格的絕對領先性 答案:**A**

68. 文化品牌策略最核心的溝通技巧為何？ **A.** 銀行貸款的利率說服力 **B.** 工程規範的口語轉譯力

C. 感人的文化敘事與故事行銷力 D. 財務會計的核銷說明力 答案:C

69. 為了確認創生專案不偏離初衷，必須建立：A. 嚴謹的營運評估與績效指標 B. 高額的商業收費標準 C. 視覺形象的裝飾標準 D. 廣告投放的點擊標準 答案:A

70. 農村產業升級對於地方最深遠的影響是：A. 社會階級的固化 B. 創造宜居宜業的再生動能 C. 市場資源的封閉壟斷 D. 產業間的相互排斥競爭 答案:B

71. 品牌定位（Positioning）的首要任務為何？ A. 找出產品在市場中的獨特定位 B. 設計最複雜的收費程序 C. 追求最高的銀行借貸額度 D. 達成最強的行政控制權力 答案:A

72. 地方創生規劃師在面對老少衝突時，最需要：A. 極佳的溝通、同理心與協調力 B. 先進的自動化工程操控力 C. 精確的財務會計稽核力 D. 豐富的銀行運作資歷 答案:A

73. 建構農村完整的「價值鏈」，應建立：A. 信仰的立場排斥制度 B. 從產地到消費端的合作體系 C. 門票收費的壟斷制度 D. 廣告發布的高壓制度 答案:B

74. 文化品牌策略在社會教育面，能帶動民眾的：A. 族群間資源排擠 B. 社會階級的優越感 C. 對於在地文化的認同與自豪 D. 商業環境的惡意競爭 答案:C

75. 在地規劃案在設計視覺時，應優先融入：A. 深刻的地方文化元素與象徵 B. 廣告商推崇的國際

風格 **C.** 增加場域收費的商業符號 **D.** 物理性的工程計算標識 答案：**A**

第四部分：多元整合、未來趨勢與最終價值 **(76–100)**

76. 為農村產業導入科技（如：智慧農業）的主要目的是： **A.** 建立行政管理的高壓門檻 **B.** 增加對農民的規費收費 **C.** 提升廣告宣傳的炫目度 **D.** 透過技術應用提升效率與品質 答案：**D**

77. 品牌建立計畫中，最重要的專業人才組合為何？ **A.** 文化、行銷與在地產業專家 **B.** 銀行家、廣告業務與保險員 **C.** 建築師、結構技師與工班 **D.** 會計師、稽核員與收費員 答案：**A**

78. 地方創生專案若成功，能產生的「無形產出」是： **A.** 社會資源的排他牆 **B.** 立場鮮明的對立意識 **C.** 深刻的社區凝聚力與信任感 **D.** 激烈的市場壟斷鬥爭 答案：**C**

79. 評估農村產業升級成效，應優先觀察： **A.** 行政部門的年度結餘 **B.** 市場需求的穩定成長與品質回饋 **C.** 廣告刊登的版位大小 **D.** 銀行給予的貸款評級 答案：**B**

80. 品牌管理制度（**Brand Management**）的核心功能為何？ **A.** 確保每日廣告投放到位 **B.** 維持品牌形象長期的一致與誠信 **C.** 確保每日收費入帳無誤 **D.** 確保每日銷售目標達成 答案：**B**

81. 一位頂尖的創生規劃師，應扮演何種角色？ **A.** 專業的財務會計管家 **B.** 跨領域的領導與協調大師 **C.** 行政高壓的管理專員 **D.** 單向度的廣告推銷員 答案：**B**

82. 農村產業發展若能落實創生精神，將可達成：**A.** 機構間的強勢壟斷 **B.** 城鄉均衡發展與人才回流 **C.** 社會資源的絕對集中 **D.** 信仰間的立場排他 答案：**B**

83. 在品牌建立過程中，「消費者體驗」應被視為：**A.** 收費流程的終端 **B.** 檢視品牌價值傳遞的最重要指標 **C.** 廣告內容的裝飾品 **D.** 財務報表中的雜支項 答案：**B**

84. 為了長期整合資源，創生規劃應積極搭建：**A.** 封閉性質的規費收費網 **B.** 廣告商主導的宣傳網 **C.** 跨界、跨部門的合作與對話平台 **D.** 絕對威權的決策機制 答案：**C**

85. 農村產業升級計畫應鼓勵：**A.** 舊有習慣的盲目保留 **B.** 立場鮮明的宗教排他 **C.** 具備在地文化根基的創新能力 **D.** 推動激烈的意識形態競爭 答案：**C**

86. 建立地方品牌的最終目標是為了增加當地的：**A.** 信仰排斥力 **B.** 社會階級落差 **C.** 商業對立壓力 **D.** 地方總體價值與競爭力 答案：**D**

87. 規劃師在思考未來發展時，應將計畫對接：**A.** 國家的永續發展與創生政策 **B.** 全球性的銀行信貸門檻 **C.** 行政上的絕對控制預算 **D.** 一次性的爆破式廣告策略 答案：**A**

88. 追求產業成長的同時，管理層必須確保：**A.** 生態環境與文化的永續保存 **B.** 廣告刊登次數全球第一 **C.** 規費收費獲利全球第一 **D.** 財務會計系統絕對複雜 答案：**A**

89. 提升在地產業價值，哪種整合能力最不可或缺？ **A.** 將文化、產業與行銷無縫串聯的能力 **B.**

先進的重工業生產流程應用力 **C.** 複雜數學公式的邏輯運算力 **D.** 銀行級的核心帳務精算力 答案:**A**

90. 在地專案若成功推廣，能讓參與者感受到：**A.** 信仰的立場排斥 **B.** 社會階級的優越 **C.** 商業競爭的慘烈 **D.** 強烈的文化歸屬與經濟回流 答案:**D**

91. 建立產業升級的評估制度，其具體指標應包括：**A.** 廣告曝光率與獲獎率 **B.** 規費收費的財務毛利率 **C.** 銷售人員的考勤數據 **D.** 受訪受益者的產能與品質指標 答案:**D**

92. 品牌策略在溝通上必須嚴格守住：**A.** 品牌核心價值的一致性（**Consistency**） **B.** 每日更換的宣傳視覺 **C.** 變幻莫測的行政規費標準 **D.** 單向度的財務會計邏輯 答案:**A**

93. 一位優秀的產業規劃諮詢師，其分析能力體現在：**A.** 客觀、理性且具洞察力的系統分析 **B.** 偏激、武斷且帶有偏見的斷言 **C.** 單向度的行政命令思考 **D.** 獲利優先的零件管理思考 答案:**A**

94. 促進農村青年回流最有效的引力為何？ **A.** 建立行政上的高壓門檻 **B.** 增加對青年的行政規費 **C.** 具備發展潛力的產業與生活環境 **D.** 提供更複雜的財務報表審核 答案:**C**

95. 品牌建立與行銷計畫書，最終應產出一套：**A.** 收費分配利潤表 **B.** 廣告投放月度表 **C.** 銷售人員考核表 **D.** 具備競爭力的品牌發展策略藍圖 答案:**D**

96. 地方創生與產業升級在社會責任面，首重：**A.** 對於受益者的社會正面影響力 **B.** 廣告內容的視

覺轟炸力 **C.** 收費管道的多樣化能力 **D.** 設計風格的潮流領先度 答案:**A**

97. 管理師如何解決在地產業中長期存在的積弊？ **A.** 運用系統思維進行根本的問題解決 **B.** 增加更多的行政規費收費 **C.** 購買更高密度的宣傳廣告 **D.** 設置更繁瑣的財務審核程序 答案:**A**

98. 好的在地品牌策略，其最大的資產是：**A.** 消費者對品牌的忠誠度與信任 **B.** 密集的媒體廣告點擊 **C.** 便利的各類行政收費系統 **D.** 銀行給予的高額信用評等 答案:**A**

99. 為了保持社區參與的熱度，應建立：**A.** 廣告投放的監控系統 **B.** 財務會計的核銷系統 **C.** 具備彈性與回饋的互動機制 **D.** 絕對威權的人員管理系統 答案:**C**

100. 身為「在地產業價值提升規劃師」，您的終極使命為何？ **A.** 建立行政管理的絕對權威 **B.** 追求市場行銷宣傳的聲量 **C.** 提升各項規費收費的總額 **D.** 整合資源提升價值，成就地方永續 答案:**D**