

2026 年 TIMS 初階「行銷企劃證照」教材與題庫 勘誤表

2026.04.29 更新

頁碼	章節/回次	題號	原文	修正後																								
77	第三章 /教材	--	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">AIO 模型</th> <th style="width: 25%;">說明</th> <th style="width: 60%;">行銷調查案例（以咖啡為例）</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>活動（A）</td> <td>消費者如何分配時間與金錢的生活模式。</td> <td>詢問消費者對於喝咖啡的時機與花費金額。</td> </tr> <tr> <td>興趣（I）</td> <td>消費者對事物關心程度。</td> <td>詢問消費者對於喝咖啡的各種口味偏好（拿鐵、美式等）。</td> </tr> <tr> <td>意見（O）</td> <td>消費者對事物的評價。</td> <td>詢問消費者對於咖啡的評價（品牌表現、口味呈現等）。</td> </tr> </tbody> </table>	AIO 模型	說明	行銷調查案例（以咖啡為例）	活動（A）	消費者如何分配時間與金錢的生活模式。	詢問消費者對於喝咖啡的時機與花費金額。	興趣（I）	消費者對事物關心程度。	詢問消費者對於喝咖啡的各種口味偏好（拿鐵、美式等）。	意見（O）	消費者對事物的評價。	詢問消費者對於咖啡的評價（品牌表現、口味呈現等）。	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 15%;">AIO 模型</th> <th style="width: 25%;">說明</th> <th style="width: 60%;">行銷調查案例(以咖啡為例)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>活動（A）</td> <td>消費者如何分配時間與金錢的生活模式。</td> <td>詢問消費者對於喝咖啡的時機與花費金額。</td> </tr> <tr> <td>興趣（I）</td> <td>消費者對事物關心程度。</td> <td>詢問消費者對於喝咖啡的各種口味偏好(拿鐵、美式等)。</td> </tr> <tr> <td>意見（O）</td> <td>消費者對事物的評價。</td> <td>詢問消費者對於咖啡的評價(品牌表現、口味呈現等)。</td> </tr> </tbody> </table>	AIO 模型	說明	行銷調查案例(以咖啡為例)	活動（A）	消費者如何分配時間與金錢的生活模式。	詢問消費者對於喝咖啡的時機與花費金額。	興趣（I）	消費者對事物關心程度。	詢問消費者對於喝咖啡的各種口味偏好(拿鐵、美式等)。	意見（O）	消費者對事物的評價。	詢問消費者對於咖啡的評價(品牌表現、口味呈現等)。
AIO 模型	說明	行銷調查案例（以咖啡為例）																										
活動（A）	消費者如何分配時間與金錢的生活模式。	詢問消費者對於喝咖啡的時機與花費金額。																										
興趣（I）	消費者對事物關心程度。	詢問消費者對於喝咖啡的各種口味偏好（拿鐵、美式等）。																										
意見（O）	消費者對事物的評價。	詢問消費者對於咖啡的評價（品牌表現、口味呈現等）。																										
AIO 模型	說明	行銷調查案例(以咖啡為例)																										
活動（A）	消費者如何分配時間與金錢的生活模式。	詢問消費者對於喝咖啡的時機與花費金額。																										
興趣（I）	消費者對事物關心程度。	詢問消費者對於喝咖啡的各種口味偏好(拿鐵、美式等)。																										
意見（O）	消費者對事物的評價。	詢問消費者對於咖啡的評價(品牌表現、口味呈現等)。																										
7	目次	--	第二章 市場分析 目次 2-4 市場的類型-----29 2-5 SWOT 分析-----29	第二章 市場分析 目次 2-4 市場的類型-----38 2-5 SWOT 分析-----40																								
28	第一章	26	26.下列情境與行銷典範配對何者正確？ (A)創作新的需求動機—被動式行銷 (B)顧客瀏覽書籍後，同時被推薦電影票券—連鎖式行銷 (C)客服彙整滿意度調查後統一調整服務流程—被動式行銷 (D)廠商依市場報告設計產品—連鎖式行銷	26.下列情境與行銷典範配對何者正確？ (A)創作新的需求動機—被動式行銷 (B)顧客瀏覽書籍後，同時被推薦電影票券—連鎖式行銷 (C)客服彙整滿意度調查後統一調整服務流程— 主動式行銷 (D)廠商依市場報告設計產品—連鎖式行銷																								
255	第八章	55	55.關於公共關係操作管道，下列配對何者正確？ (A)活動舉辦與贊助—提升知名度 (B)公共報導—由企業完全掌握曝光內容	55.關於公共關係操作管道，下列配對何者正確？ (A)活動舉辦與贊助—提升 品牌忠誠度 (B)公共報導—由企業完全掌握曝光內容																								

2026 年 TIMS 初階「行銷企劃證照」教材與題庫 勘誤表

			(C)出版品製作－強化企業理念與認知 (D)組織對外活動參與－僅侷限於公益活動	(C)出版品製作－強化企業理念與認知 (D)組織對外活動參與－僅侷限於公益活動
268	第八章	55	<p>【題解】55.(C) 活動舉辦與贊助確實能提高品牌知名度，但其核心在於「透過活動本身的影響力與參與感提升品牌形象」；公共報導是由媒體主動報導企業事蹟，並非企業能完全掌握，因此強調「公信力」而非控制力；組織對外活動參與的範圍則包括演講、論壇與產業座談等，並不侷限於公益活動。</p>	<p>【題解】55.(C) 活動舉辦與贊助確實能提高品牌知名度，但其核心在於「透過活動本身的影響力與參與感提升品牌形象知名度」；公共報導是由媒體主動報導企業事蹟，並非企業能完全掌握，因此強調「公信力」而非控制力；組織對外活動參與的範圍則包括演講、論壇與產業座談等，並不侷限於公益活動。</p>

