

題組三

試題編號：118-920305~118-920306

題組三

資料檔名稱	檔案名稱	備註
文書檔	920303.odt	
圖形檔	920303.gif	
表格檔	920303.tab	
合併列印主檔	920303M.doc	

試題編號：118-920305 (檔案管理)

【動作要求】

- ◎ 本題答案列印結果共一頁，以「直向方式」列印，將以下(1)的結果畫面顯示在報表紙的上半部，(2)的結果畫面顯示在同一張報表紙的下半部。

(1)、建立資料夾及複製檔案

- 在 C: 的根目錄下，以「您的姓名」建立一個資料夾。在「丙級檢定用檔案」的各資料夾內，將副檔名是「tab」、「gif」的所有檔案複製到您建立的資料夾下。按「檔案名稱」由小到大排序，以「檔案總管」顯示詳細資料(含檔案名稱及副檔名、檔案的大小、檔案的類型、修改日期)。

(2)、建立子資料夾檔案的操作

- 在您建立的資料夾下，以「您的姓名」建立一個子資料夾。將副檔名是「gif」的檔案複製到此目錄，並按檔案的大小，由大到小，以「檔案總管」顯示詳細資料(含檔案名稱及副檔名、檔案的大小、檔案的類型、修改日期)。

試題編號：118-920306 (合併列印與文書處理)

(1)、合併列印

【動作要求】

- ◎ 本題使用資料檔案「920303M.doc」。
- ◎ 合併列印原始設定列印共一頁。
- ◎ 合併列印結果列印共一頁。
- ◎ 取用「年齡」大於等於「40」的資料、並依「到職年」遞增排序。
- 標籤頁面大小使用「A4 橫向尺寸報表紙」列印。

- 每一標籤上邊界為 3 公分、側邊界為 2 公分；高度 3 公分、寬度為 5.5 公分；垂直點數 3.5 公分、水平點數 6 公分。
- 標籤橫向 4 行，縱向 5 列方式排列。
- 中文字型為「細明體」或「新細明體」，英文及數字字型為「Arial」，且均設定為 12 點字型大小。
- 標籤內容依序為：「姓名」、「職稱」、「到職年」及「專長」，且各佔用一行位置。
- 「姓名」、「職稱」、「到職年」及「專長」均需加入欄位名稱及冒號。
- 合併列印結果中未有資料之標籤，其欄位名稱及冒號均需直接刪除。
- 「到職年」的資料以斜體表示，「專長」的資料加上底線。
- 在頁首以「靠右對齊」方式，用 10 點字型大小顯示「您的座號」及「您的姓名」。

(2)、文書處理

【動作要求】

- ★ 本題以「直向」列印，使用文書檔「920303.odt」，表格檔「920303.tab」，圖形檔「920303.gif」，答案列印結果共二頁。
- 使用 A4 尺寸報表紙，以「左右對齊」的方式列印，且上、下、左、右的邊界設為「3 公分」。

【頁首頁尾要求】

- 中文字型為「細明體」或「新細明體」，英文及數字字型為「Times New Roman」，且均設定為 10 點字型大小。
- 頁首左側為「您的准考證號碼」、右側為「您的姓名」。
- 頁尾左側為「您的座號」，中間為應檢日期，格式為「yyyy-mm-dd」其中 yyyy 為西元年，右側為「Page x」，其中 x 為順序頁碼，x 為半型字。

【本文要求】

- △ 所有的中文字型除了特別要求之外 (請參照「參考答案」)，其餘一律設定為「細明體」或「新細明體」，字體大小設定為 12 點。
- △ 所有的英文及數字除了特別要求之外 (請參照「參考答案」)，其餘一律設定為「Arial」字型，字體大小設定為 12 點。
- △ 每段落的格式設定 (含縮排、框線、斜體、底線、網底等)，請參照「參考答案」。每一段落的格式設定必須完全與「參考答案」對應之段落的格式相同，但避頭尾的設定不列入評分項目，且每列字數與每頁列數沒有限制。

- 本題答案共分為八個段落，另含一個表格及一張圖片。
- ※ 標題：「題組三 參考答案」。
- 標題字為 18 點「細明體」或「新細明體」字型，置中並加上斜體及網底。
- ※ 文書檔中之【】處，表示應檢人員須自行輸入文字，本文中的資料不可無故增加資料、刪除資料或任意修改資料，且符號【】本身必須刪除。
- 文書檔中自行輸入的文字，中文字型設定為「標楷體」，英數字型設為「Arial」，請參照「參考答案」。
- 文中所有的半型「()」皆以全型「()」取代。
- 文中所有的半型「,」皆以全型「，」取代。
- 第一段平均分成二欄，欄間距為 1 公分
- 標題與段落，段落與段落，段落與表格之間均以 18 點的空白列間隔。

【圖形要求】

- 圖形以「文繞圖」方式插入第八段右上側，高度及寬度分別設為 8 列及 10 個中文字。
- △ 圖形須加細外框。

【表格要求】

- 表格置於第二段後，第三段前，左右邊界與文字對齊，請參照「參考答案」。
- 表格中的中、英文字型、字型大小及全型/半型，請參照「參考答案」。
- 表格的格式(含斜體、底線、對齊、網底、直書/橫書等)，請參照「參考答案」。
- 表格的欄數與列數，請參照「參考答案」。
- ※ 表格內不可無故增加資料、刪除資料或任意修改資料，結果請參照「參考答案」。

題組三

試題編號：118-920306 參考答案

其中

試題編號：118-920305 不提供參考答案

姓名：何茂宗
職稱：總經理
到職年：64
專長：業務規劃

姓名：方重圍
職稱：顧問工程師
到職年：69
專長：市場分析

姓名：林建興
職稱：研發副總
到職年：74
專長：半導體設計

姓名：蔡豪鈞
職稱：業務副總
到職年：75
專長：溝通協調

姓名：徐煥坤
職稱：研發經理
到職年：75
專長：主機板研發

姓名：易君揚
職稱：研發經理
到職年：75
專長：SCSI卡研發

姓名：黃大倫
職稱：採購專員
到職年：75
專長：硬體採購

姓名：江正維
職稱：研發經理
到職年：76
專長：視訊卡研發

姓名：王演銓
職稱：研發副理
到職年：76
專長：SCSI卡研發

姓名：陳雅賢
職稱：業務經理
到職年：76
專長：產品拓展

姓名：林鵬翔
職稱：業務經理
到職年：76
專長：業務分析

姓名：黃振清
職稱：採購副理
到職年：78
專長：倉庫管理

姓名：許鴻章
職稱：採購經理
到職年：78
專長：市場分析

姓名：陳曉蘭
職稱：業務經理
到職年：79
專長：業務規劃

姓名：王玉治
職稱：業務副理
到職年：80
專長：業務拓展

姓名：朱金倉
職稱：業務經理
到職年：80
專長：新產品行銷

姓名：張志輝
職稱：業務副理
到職年：81
專長：溝通協調

題組三 參考答案

以電子商務的價值鏈或是供應鏈 (Supply Chain) 加以分析,除了中游的企業用戶及終端的用戶之外,上游的 solution 供應者也是群雄並起摩拳擦掌的局面,就電子商務的應用軟體發展而言,國內外都有各式產品不斷推出,國外大廠如 IBM、Microsoft 及 Netscape,國內有英特連等,都在電子商務軟體取得了初步的成果,近來更有包括 Oracle 等重量級大廠持續投

入,而 HP 總裁 Lewis Platt 也在這次春季 Internet World 正式揭櫫 HP 在電子商務的全盤發展策略: Electronic World strategy。HP 的子公司 VeriFone 正是電子商務安全交易方案的專業廠商。在這個策略的宣示中, Lewis Platt 也試圖勾勒出下一階段電子商務的可能發展,而將產品策略定位於提供更好的電子商務管理及安全交易方案。

對企業內負責採購的單位來說,其採購對象同樣變成全球性的,如此將影響其選擇性與採購模式。這種改變意味著消費者「小眾化」的需求將會加速取代過去「大眾化」製造生產導向的市場;商品或服務的提供者若不能更了解他們的客戶,將無法作生意。

增 修 訂 科 目		說明
編 號 檢 查	號 碼	
1501	7	土地 凡各種基地用地成本及其永久性之土地改良屬之。買入成本、永久性改良支出或受贈之數售出或減少之數,記入貸方。
1502	3	重估增值—土地 凡土地依有關規定辦理重估增值之數屬之。重估增加之數,記入借方;售出或減少等沖銷重估增值之數,記入貸方。

依據本處 85 年 6 月 25 日台
(85)處孝五字第 06288 號函
理分行之「現行國營事業會計處
之改進研討會」討論結論

「行業萎縮」的效應若再加上我國加入 WTO 組織、市場開放的因素,便是加乘的效應,這些效應在過去可以看到的例子是保險業,外國的保險商在我國市場開放之後,這幾年挾其服務的效率與品質已搶佔了頗大的市場版圖。其他諸如貨運、金融、食品等行業不可避免地將迎戰另一波衝擊。跨國性的公司本來就有獨特的行業經營模式,若搭配 Internet 為工具,便更容易接觸到終端客戶,國內廠商若不能妥善因應,將可能出現我國中小廠商直接迎戰裝備優良的跨國企業的局面。

儘管國際電信聯盟（ITU）對於 ADSL 的標準 V. adsl 已接受採納參照 ANSIT1.413 的標準，但仍存有 G. lite 與 G. dmt 兩種版本在討論中，因此在 ITU 尚未制定出正式標準前，各電信公司為考慮未來不同廠牌產品之互通性問題，均不敢貿然全面投資佈署 ADSL 設備，以避免日後為符合 ITU 標準，尚需投入巨額資金更新設備。

如此一來，ADSL 想推廣普及化，實非易事，尤其在現今強調便利實用的潮流下，唯有隨購隨裝即用（Buy & Plug & Play）的特性，方有可能成為普及化的主流產品，為扭轉此一市場情勢，終致另一 ADSL 版本的出現。

此外，消費者追求自我實現的傾向產生多元化的需求，個性化商品將越來越受各種不同消費者的喜愛。過去因為資訊的侷限性，這種多元化、個性化的需求不容易被發現，也不容易被滿足，如今由於網路傳播，將使得更多「小眾化」的需求者與供應者出現，形成一個個的供需群體。譬如喜愛台灣古老火車的團體、喜愛吃辣味的嗜辣族、職棒球迷、偶像歌手追星族，網路讓他們聚在一起、互相交流或提供給他們特殊的商品，無形中更鼓勵消費形態改變。

另一方面，Internet 造就新興的行業。若仔細檢討 Amazon 的經營形態，會發現他不出版（他結盟的 8000 家出版社出版）、不配送（交由快遞公司配送）、沒有庫存，純粹是一個資訊處理、管理、創造需求的中間服務者，以傳統的眼光來看，其形同虛擬，卻創造了讀者認同的高附加價值。

我們看到許多以資訊處理的新行業興起，這些行業外在的表現形形色色，諸如做股票仲介的 E*Trade、寶來證券；做介紹 Venture Capital 的 Cap Ex；提供旅遊服務的 Travel Web、Travelocity；販賣鮮花的 Flower Shop 與 FTD；做視聽娛樂的 Sony 與 CD Now；做媒體的 CNN、Wall Street Journal、中時電子報等。這些公司均有滿足客戶需求、創造獨特的價值、非常資訊導向、縮短供應鏈整體時間，加速滿足消費者需求的特色。

