ชื่อ-สกุล..... สาขา.....ห้อง.....

วิทยาลัยเทคโนโลยีขอนแก่น

ข้อสอบปลายภาค **ภาคเรียนที่ 1/2564** **ระดับชั้น ปวส.1 เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล**

สอบวันอาทิตย์ ที่ 26 ธันวาคม 2564 **เวลา12.30 – 15.30 น.** **ใช้เวลาทำข้อสอบ 3 ชม.**

สอนโดย อาจารย์ สุดารัตน์ ปัญญายาว

รายวิชาที่สอบ การสร้างแบรนด์ธุรกิจดิจิทัล (30204-2006)

คำชี้แจง :

1. ข้อสอบปรนัยมีทั้งหมด 30 ข้อ อัตนัย 2 ข้อ รวม 30 คะแนน
2. ห้ามนำเอกสารใดๆ เข้าในห้องสอบโดยเด็ดขาด
3. เวลาที่ใช้ในการทำข้อสอบ 3 ชั่วโมง

ปรนัย 30 ข้อ 15 คะแนน

จงเลือกคำตอบที่ถูกต้องที่สุดเพียงข้อเดียว

1. ข้อใดคือความหมายของธุรกิจดิจิทัล (Digital Business)

ก. การทำธุรกิจผ่านสื่อออนไลน์

ข. การทำธุรกิจโดยมีหน้าร้าน

ค. การทำธุรกิจผ่านคนกลาง

ง. การทำธุรกิจค้าปลีก

2. ข้อใดคือความหมายของแบรนด์ (Brand)

ก. ประเภทของสินค้า

ข. ชื่อเรียกการออกแบบ สัญลักษณ์หรือสิ่งอื่นๆ ที่ใช้ระบุสินค้าหรือบริการ

ค. สินค้าที่มีราคาสูง

ง. สินค้าหายาก

3. ข้อใดไม่ใช่องค์ประกอบของแบรนด์

ก. Brand Attributes

ข. Brand Benefits

ค. Brand Value

ง. Brand Super Sale

4. ข้อใดคือแบรนด์สินค้า

ก. ขนมไทย

ข. Amasona

ค. คอมพิวเตอร์

ง. Apple

5. ข้อใดคือความหมายของ Brand Personality

ก. คุณค่าของตราสินค้า

ข. คุณประโยชน์ของแบรนด์

ค. รูปลักษณ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์

ง. บุคลิกของสินค้า

6. ข้อใดไม่ใช่องค์ประกอบในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

ก. ลักษณะภายนอกของสินค้า

ข. ประเภทสินค้า

ค. คุณประโยชน์ของสินค้า

ง. คุณค่าของสินค้า

7. ข้อใดเป็นการใช้ช่องทางการประชาสัมพันธ์แบรนด์แบบดิจิทัล

ก. ใช้รถโฆษณาสินค้าที่ตลาดนัด

ข. แจกใบปลิวที่ประตูน้ำ

ค. ติดประกาศที่หน้าร้าน

ง. ประกาศผ่าน Facebook

LIVEWORKSHEETS

8. ข้อใดคือองค์ประกอบของตราสินค้า

ก. ไม่ควรสร้างความแตกต่างที่มีคุณภาพให้ชัดเจน

ข. สามารถสร้างความสัมพันธ์ระหว่างตราสินค้ากับผู้บริโภค

ค. ไม่มุ่งเน้นการสร้างคุณลักษณะของตราสินค้าใหม่ เพื่อให้มีคุณลักษณะเทียบเท่าคู่แข่งขัน

ง.การใช้ภาษาศาสตร์ที่ดีและเหมาะสมมาตั้งชื่อร้าน

9. ข้อใดคือความหมายของ Virality

ก. การได้รับสารมากที่สุดในช่วงเวลาสั้นๆ โดยมีการแพร่กระจายข่าวสารเปรียบได้กับไวรัส

ข. การโพสต์ข้อความผ่าน Social media

ค. การแสดงความคิดเห็นผ่าน Social media

ง. การส่งข้อความไปยังบุคคลอื่น

10.ข้อใดคือการ Corporate Branding

ก.การสร้างความจดจำในคุณลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์

ข.การพัฒนาแบรนด์ (Brand) ด้วยหลักการด้านอารมณ์ และความรู้สึกของผู้บริโภค

ค.การพัฒนาแบรนด์ (Brand) หรือตราสินค้าควบคู่ไปกับบทบาททางการตลาดของผู้บริหารระดับสูงขององค์กร

ง.การพัฒนาให้องค์กรเป็น Brand

11. บุคลิกภาพของแบรนด์มีกี่รูปแบบ

ก. 2 รูปแบบ

ข. 3 รูปแบบ

ค. 4 รูปแบบ

ง. 5 รูปแบบ

12. ข้อใดคือความหมายของ Sincerity

ก. บุคลิกภาพแบบจริงใจ

ข. บุคลิกภาพแบบโก้หรู หรูหรา

ค. บุคลิกภาพแบบกระตือรือร้น

ง. บุคลิกภาพแบบความห้าวหาญ

13. ข้อใดคือความหมายของ Excitement

ก. บุคลิกภาพแบบจริงใจ

ข. บุคลิกภาพแบบโก้หรู หรูหรา

ค. บุคลิกภาพแบบกระตือรือร้น

ง. บุคลิกภาพแบบความห้าวหาญ

14.ข้อใดไม่ใช่การสร้างแบรนด์สินค้าให้ดำรงอยู่ได้ในระยะยาว

ก. การสร้างโลโก้

ข. การสร้างการรับรู้แบรนด์

ค. ความจงรักภักดีที่มีต่อแบรนด์

ง. ยึดความพึงพอใจผู้บริหารเป็นหลัก

15.ข้อใดไม่ใช่กระบวนการสร้างแบรนด์

ก. เข้าใจกลุ่มเป้าหมาย

ข. ทำความเข้าใจทีม

ค. ใช้ Core Value ของแบรนด์

ง. ยึดถือรูปแบบแบรนด์แบบดั้งเดิม

16.ข้อใดคือความสำคัญของตำแหน่งทางการตลาด

ก. สร้างความเชื่อมั่นในพนักงาน

ข. สร้างแรงจูงใจในการซื้อ

ค. ช่วยแยกประเภทสินค้าได้

ง. ช่วยให้ไม่มีคู่แข่งทางการตลาด

17. ข้อใดคือข้อดีของการทำตำแหน่งทางการตลาด

ก. สร้างความเหมือนให้กับแบรนด์

ข. เก็บสิ่งที่ไม่เกี่ยวข้องไว้

ค. สร้างให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่ายขึ้น

ง. ทำให้แบรนด์แข่งกันที่ราคามากกว่าคุณค่า

18. ข้อใดคือความหมายของการออกแบบ (Design)

ก. ศาสตร์แห่งความคิดและต้องใช้ศิลป์ร่วมด้วย เป็นการสร้างสรรค์และการแก้ไข ปัญหาที่มีอยู่เพื่อสนองต่อจุดมุ่งหมาย

ข. การวางแผน

ค. การนำปัญหามาวิเคราะห์

ง. การสร้างสิ่งต่างๆ ด้วยการคำนวณด้วยตัวเลข

19. แบบจำลองเชิงเหตุผลมีกี่ขั้นตอน

ก. 1 ขั้นตอน

ข. 2 ขั้นตอน

ค. 3 ขั้นตอน

ง. 4 ขั้นตอน

20. สีมีกี่วรรณะ

ก. 1 วรรณะ

ข. 2 วรรณะ

ค. 3 วรรณะ

ง. 4 วรรณะ

LIVEWORKSHEETS

21. ข้อใดคือสีในกลุ่ม Warm Color

ก. ดำ

ข. น้ำเงิน

ค. เขียวเข้ม

ง. แดง

22. ข้อใดคือสีในกลุ่ม Monotone

ก. ดำ

ข. น้ำเงิน

ค. แดง

ง. สีเทาอ่อน

23. ข้อใดไม่ใช่อิทธิพลของสีที่ช่วยในการเพิ่มยอดขายให้กับแบรนด์

ก. ลดต้นทุนของสินค้า

ข. ช่วยเพิ่ม Productivity

ค. ผลกระทบต่อความรู้สึกของสี

ง. เพิ่มยอดขาย

24. ข้อใดคือกระบวนการคิดในการสร้างแบรนด์โดยคำนึงถึงภาพลักษณ์ภายนอก

ก. Benefits

ข.Values

ค.Personality

ง.Attributes

25. ปัจจัยที่บริษัทใช้ในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีกี่ปัจจัย

ก. 1 ปัจจัย

ข. 2 ปัจจัย

ค. 3 ปัจจัย

ง. 4 ปัจจัย

26. ข้อใดไม่ใช่ประโยชน์ของการกำหนดเป้าหมาย

ก. ทำให้มีแรงกระตุ้นที่ทำให้สำเร็จ

ข. การกำหนดเป้าหมายเกิดประโยชน์ทางอ้อม

ค. ทำงานเสร็จตาม Timeline ที่กำหนดไว้

ง. ควบคุมสภาพแวดล้อมทางธุรกิจได้

27. ข้อใดคือขั้นตอนแรกในการระบุกลุ่มเป้าหมาย

ก. การระบุเพศ

ข. การระบุภูมิภาค

ค. การระบุรายได้

ง. การระบบอายุ

28. ข้อใดไม่ใช่การปรับภาพลักษณ์องค์กร

ก. องค์กรมีการเปลี่ยนวิสัยทัศน์

ข. องค์กรมีการเปลี่ยนจุดยืน

ค. องค์กรต้องการเปลี่ยนบุคลิกภาพ

ง. องค์กรต้องการเปลี่ยนพนักงาน

29. ข้อใดคือความหมายของธุรกิจดิจิทัล (Digital Business)

ก. การทำธุรกิจผ่านสื่อออนไลน์

ข. การทำธุรกิจโดยมีหน้าร้าน

ค. การทำธุรกิจผ่านคนกลาง

ง. การทำธุรกิจค้าปลีก

30. ข้อใดไม่ใช่องค์ประกอบในการสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง

ก. ลักษณะภายนอกของสินค้า

ข. ประเภทสินค้า

ค. คุณประโยชน์ของสินค้า

ง. คุณค่าของสินค้า

LIVEWORKSHEETS

อัตนัย 2 ข้อ 15 คะแนน

เรื่องการค้นพบกลุ่มเป้าหมายของแบรน

คำชี้แจง : ให้นักศึกษาตอบคำถามต่อไปนี้ให้ถูกต้องสมบูรณ์ (10 คะแนน)

ข้อที่ 1. บุคลิกภาพของแบรนด์มีกี่รูปแบบอะไรบ้าง

คำตอบ .....

.....

.....

.....

ข้อที่ 2. เพราะเหตุใดแบรนด์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่สุดในการเริ่มต้นทำธุรกิจ

คำตอบ .....

.....

.....

.....

ข้อที่ 3. การสร้างแบรนที่ดีมีวิธีอย่างไร

คำตอบ .....

.....

.....

.....

ข้อที่ 4. การสร้างแบรนด์ในยุคดิจิทัลมีประโยชน์ต่อธุรกิจอย่างไร

คำตอบ .....

.....

.....

.....

ข้อที่ 5. ข้อดีของการวางตำแหน่งแบรนด์ทางการตลาดมีอะไรบ้าง

คำตอบ .....

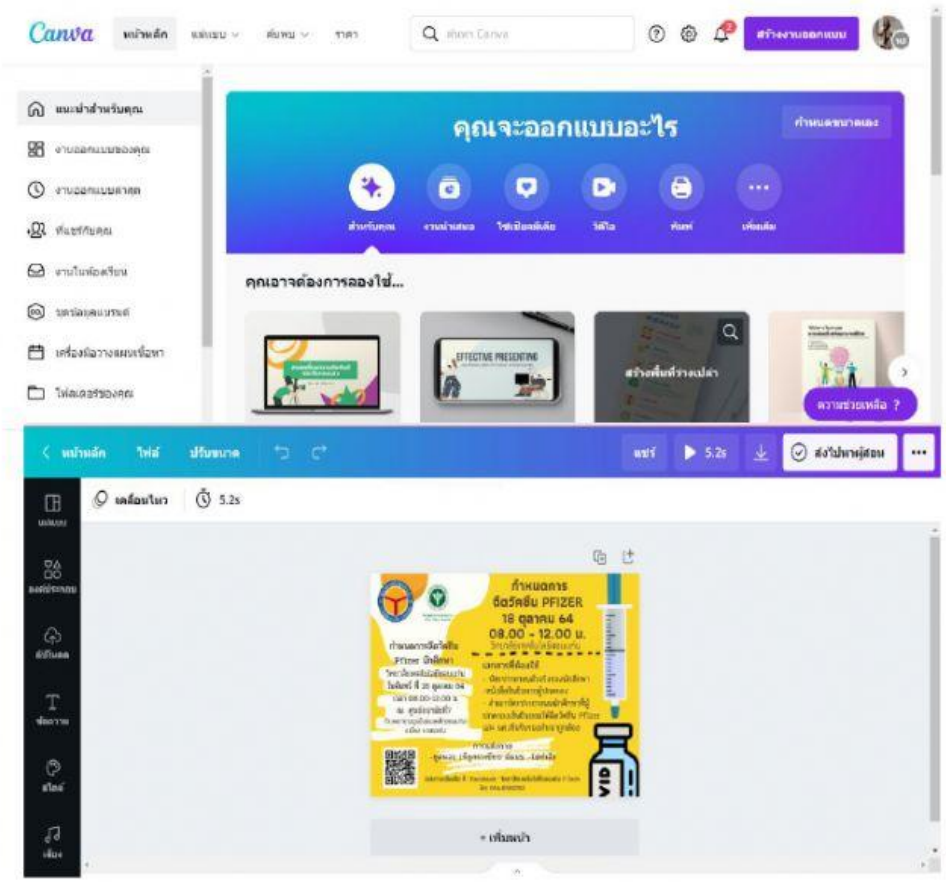
.....

.....

.....

LIVEWORKSHEETS

ข้อที่ 2. คำสั่ง : จากรูปภาพจงตอบคำถามต่อไปนี้ ให้ถูกต้องและสมบูรณ์ *(5 คะแนน)*



คำชี้แจง : ให้นักเรียน เลือกตอบ “จริง” หน้าข้อที่เห็นว่าจริง และตอบ “เท็จ” หน้าข้อที่เห็นว่าเป็นเท็จ

1..... ถ้าต้องการสร้างงานออกแบบใหม่ ให้เลือกไปที่แท็บ **“แม่แบบ” เท่านั้น**

2..... ถ้าต้องการนำรูปภาพจากคอมพิวเตอร์ หรือจากโทรศัพท์มือถือ ลงCanva ให้เลือกไปที่แท็บ “อัปโหลด”

3..... แท็บ ”องค์ประกอบ” คือการเลือกเทมเพลตใหม่ในการสร้างใบงานกราฟิก

4..... แท็บ ”T” คือเป็นการเพิ่มข้อความ และเลือกรูปแบบของข้อความให้กับใบงานกราฟิก

5..... แท็บ ”เสียง” คือเป็นการนำเสียงเพลงมาจาก Youtube ลงใน Canva

6..... การออกแบบโลโก้ จัดอยู่ในแม่แบบหมวดการ ตลาด ของ Canva

7..... การออกแบบโลโก้ จัดอยู่ในแม่แบบหมวด ธุรกิจ ของ Canva

8..... การออกแบบResume (ประวัติส่วนตัว) จัดอยู่ในแม่แบบหมวด การเรียนรู้ของ Canva

9..... แท็บแม่แบบใน Canva มี 6 หมวด คือ โซเชี่ยล ,ส่วนตัว, ธุรกิจ, การตลาด, การเรียนรู้, กำลังเป็นที่นิยม

10. .....ในการบันทึกไฟล์งาน ให้กดไปที่คำว่า “แชร์” ก่อนเสมอ

LIVEWORKSHEETS