

銘傳大學 98 學年度研究所碩士在職專班招生考試

設計管理研究所碩士在職專班(丙組)

行銷學試題

(第 1 頁共 1 頁)(限用答案本作答)

可使用的計算機 不可使用的計算機

一、是非及選擇(每格 3 分,共 30 分):

1. ()產品在生命週期階段的前期較適合「差異行銷」,成熟期則多為「無差異行銷」。
2. ()個人行銷(individual marketing)的定義是:為每一個別顧客提供滿足他們需求與偏好的產品以及行銷企劃,也被稱為「一對一行銷」,「客製化行銷」或「個人市場行銷」。
3. ()以下何者可能是新產品失敗的原因?(1)品牌與產品特質不符(2)產品設計不夠周全(3)市場定位錯誤(4)廣告太差(5)以上皆是。
4. ()新產品發展的主要階段中,創意衍生是第一階段,以下何者不屬於外部創意來源?(1)競爭者(2)公司各部門員工(3)顧客(4)商業雜誌。
5. ()下列何者不屬於感性訴求廣告之形式?(1)讓觀眾捧腹大笑(2)告訴觀眾產品利益(3)使觀眾感覺恐懼(4)使觀眾傷心落淚
6. ()行銷的產品可能是(1)產品(2)服務(3)體驗(4)任何形式都有可能
7. ()哪一種資料收集方法,是利用肉眼或電子設備觀看並紀錄所看到的行為或行為留下的結果?(1)實驗法(2)深度訪談法(3)電話訪談(4)觀察法
8. ()洗髮精或洗面乳的購買,大多屬於何種購買決策型態?(1)廣泛的(2)例行的(3)有限度的(4)普通的決策
9. ()以下哪一項是無差異行銷的作法?(1)多品牌(2)全力經營某一區隔市場(3)強調人們需求的共同性(4)以上皆是
10. ()以下何者是品牌的功能?(1)幫助辨識(2)濃縮資訊(3)提高購買率(4)以上皆是

二、問答題(共 70 分):

1. 假設你將在校門口開設一間早餐店,請從產品定位、品質差異化或品牌差異化觀點及所規劃的行銷活動說明你將如何達成競爭優勢。(20 分)
2. 假設學生餐廳在午餐時間將新發售一種墨西哥食物 Taco,在產品發售前,你認為餐廳應該經由哪些方式了解學生對此新產品的接受度、購買意願,以預測未來銷售量?請至少提出三種方式。(20 分)
3. 行銷學大師菲利浦·科特勒(Philip Kotler)認為一個優秀的設計,需要充分考慮顧客需求,你是否同意「發現需求」是設計師的必要工作之一?是或否都請說明原因。(10 分)
4. 請說明為什麼有許多人願意為有品牌的商品支付較無品牌商品更高的價格?(10 分)
5. 請說明降價、打折等價值導向的促銷方式之優缺點(10 分)。

試題完