

銘傳大學 101 學年度研究所碩士在職班招生考試

商品設計學系碩士在職專班丙組

「行銷學」試題

(第 / 頁共 / 頁) (限用答案本作答)

可使用計算機 不可使用計算機

一、問答題 (共 100 分):

1. 假設星巴克欲進軍果汁市場，你認為應該經由哪些方式了解消費者對新產品的接受度、購買意願，以預測未來銷售量？請至少提出三種方式。(20 分)
2. 假設你的公司打算發行報紙，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為公司創造競爭優勢。(20 分)
3. 請說明何謂「置入性行銷」？並舉例說明最近一個令你印象最深刻的「置入性行銷」情境。(15 分)
4. 請挑一項你最近一年購買的重要服務或商品，分析這項購買具有何種「認知風險」(Perceived Risk)？而相關企業如何處理消費者的認知風險？(15 分)
5. 請以你熟悉的產品為例，說明「市場區隔」概念的應用(如：3C 產品，旅遊產品等)。(10 分)
6. 請說明促銷的目標、形式及可能產生的缺點。(10 分)
7. 請說明網路購物與實體情境的購物在消費決策過程中有何不同？(10 分)

試題完
End of exam