

銘傳大學 99 學年度研究所碩士在職專班招生考試

商品設計學系(丙組)碩士在職專班

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、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产品以及行銷企劃, 也被稱為「一對一行銷」, 「客製化行銷」或「個人市場行銷」。
3. () 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
4. () 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
5. () 「為產品安排一個與競爭產品有所區隔, 而且在目標消費者心中, 佔據一個清楚、獨特以及渴望的位置。」以上描述是指目標市場行銷的三個主要步驟中的 (1) 市場區隔 (2) 目標市場界定 (3) 市場定位。
6. () 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
7. () 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
8. () 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。
9. () 新產品發展的主要階段中, 創意衍生是第一個階段, 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。
10. () 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

二、問答題 (共 70 分):

1. 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)。
2. 請舉出一個你最喜歡的品牌, 並說明「設計」在此品牌溝通策略中的貢獻?(10 分)
3. 假設你的公司將發售一種新的飲料, 在產品發售前, 你認為應該經由哪些方式了解消費者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)
4. (續上題)假設這個飲料是礦泉水, 而你的工作是企劃這瓶礦泉水的特色, 請從設計及行銷的觀點說明你所負責的礦泉水商品, 將如何不同於現有市面上的礦泉水。(10 分)
5. 請說明何謂「置入性行銷」? 並請舉例說明最近一個令你印象最深刻的「置入性行銷」情境。(10 分)
6. 促銷的形式有許多, 如: 贈品、樣品、特價、抽獎活動及提供折價券等, 優點是有效刺激購買, 請說明促銷活動的缺點?(10 分)

試題完