

銘傳大學八十九學年度轉學生招生考試

八月二日 第三節

商設 轉三

行銷學 試題

- 一、有效市場區隔應具備哪些條件？（15%）
- 二、請就 Engel, Blackwell, and Miniard（1995）的認為消費者有某些需求有待滿足時，會採取一連串的步驟，來解決他所面臨的問題。試說明消費者決策行為的步驟？（15%）（見注 1）
- 三、試述新產品開發的程序。（15%）
- 四、請列舉五種影響推廣組合（promotion mix）的因素。（15%）
- 五、利用圖說明 Parasurman, Zeithmal, and Berry（1985）所提之「服務品質模式」。（20%）（見注 2）
- 六、何謂品牌權益（brand equity）？品牌權益的決定因素有哪些？（20%）

注1. James F. Engel, Roger D. Blackwell, and Paul W. Miniard, Consumer Behavior, 8th ed., The Dryden Press, 1995.

注2. A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry, “A Conceptual Model of Service Quality and Its Implication for Future Research,” Journal of Marketing, Fall 1985, 41-50.

試題完