

銘傳大學 98 學年度轉學生招生考試

觀光事業學系、休閒遊憩管理學系、餐旅管理學系

7 月 23 日 第四節

觀光行銷管理試題

(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、單選題 (20%)

1. A _____ assumes that technological advances enable tailored marketing programs to meet the needs of the individual.
(a) production orientation
(b) sales orientation
(c) marketing orientation
(d) personal marketing orientation
2. Exchange rates can be regarded as one of the _____ factors in an environment analysis.
(a) international
(b) technological
(c) ecological
(d) economic
3. Which of the following is the target of internal marketing?
(a) Senior managers.
(b) Customers.
(c) Employees.
(d) None of the above.
4. Tourists use distribution channels for:
(a) Information search
(b) Making bookings and reservations
(c) Making payments
(d) All of the above

二、名詞解釋 (20%) – 請解釋下列名詞的意義與內涵

1. SWOT analysis
2. Product life cycle (產品生命週期)
3. Market Segmentation (市場區隔)
4. Tourism Destination Marketing

三、申論題 (60%)

1. 請您針對台灣的觀光產業進行外部環境分析(Environmental Analysis)，外部環境分析包含的項目有經濟(Economic)、社會文化(Social/culture)、科技(Technology)、政治(Political)與全球(global)等項目，並利用您的分析結果說明台灣觀光產業所面臨的機會與威脅為何？
2. 請根據消費者行為理論，說明觀光客在選擇其旅遊地點時的程序與步驟(Describe the process of tourism destination choice)。
3. 如果你是旅行社的行銷經理，老闆希望推出新的套裝旅遊行程，藉此提高南韓與日本的女性遊客，請你針對這兩個族群，說明你會推出哪樣的套裝行程與採用哪種推廣策略，以吸引女性顧客，並解釋其中的原因。

試題完