

類 科：公平交易管理

科 目：行銷學

考試時間：2 小時

座號：\_\_\_\_\_

※注意：(一)禁止使用電子計算器。

(二)不必抄題，作答時請將試題題號及答案依照順序寫在試卷上，於本試題上作答者，不予計分。

- 一、在市場或行銷活動的觀念演進中，從「生產觀念」(production concept)到「銷售觀念」(selling concept)再到「行銷觀念」(marketing concept)。行銷學者柯特勒(Kotler)認為「銷售」是「由內而外之觀點」(inside-out perspective)，而「行銷」則是「由外而內之觀點」(outside-in perspective)。試從出發點、焦點、方法以及目的 4 個面向比較「銷售觀念」與「行銷觀念」之差異。(25 分)
- 二、消費者在進行購買決策時會產生所謂的「知覺風險」(perceived risk)，其內涵包括財務風險(financial risk)、功能風險(functional risk)以及社會風險(social risk)，試述之。(25 分)
- 三、相對於製造業而言，服務業有那些特性？一般而言，服務業可以分為「生產性服務業」(productive service industry)與「消費性服務業」(consumer service industry)，試述此二者在內容涵義以及對其他產業之連鎖效應上有何差別？(25 分)
- 四、廠商依據購買者之不同可將市場概分為「消費者市場」(consumer market)以及「組織市場」(organization market)。相對於「消費者市場」而言，試述「組織市場」之購買者特色及購買行為特色。(25 分)