

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、某飲料廠商在自動販賣機上裝置了一個新的設備，它能感應現場氣溫的變化，並進而依據當下溫度的高低，立即調整飲料的售價。譬如說當天氣變得炎熱，溫度升高，此時自動販賣機的飲料售價便自動的從 15 元調高至 20 元。後來當一陣午後雷陣雨下過之後，氣溫下降，此時自動販賣機的標價又變回 15 元：
- (一)請問此一實務操作模式的學理基礎為何？(15 分)
- (二)你認為在臺灣的市場操作此一動態訂價策略可行嗎？請說明理由。(10 分)
- 二、按照 Maslow's Hierarchy of Needs 的分類，共分五種，分別是：生理、安全、社交、自尊、自我實現。如果你是某公司手機事業部的產品經理，你如何用這五種需求形容消費者的行為及其所對應的廣告訴求方式？(每種各 5 分，共 25 分)
- 三、目前就讀大二的阿美，一個人孤獨的走在士林夜市的街頭，濛濛細雨濕衣襟，期末考前的徬徨與無助，讓她無意識的漫遊於人群之間。忽然路邊的攤販高喊「超薄防水 2G 隨身碟每支 200 元」。阿美看了看，結果沒買就離開了。過了一個星期之後，不管期末考後的沮喪與失落，阿美仍然約了三五好友一起壓馬路。當大夥熱烈討論行銷管理考題時，看到 3C 量販店門口的海報寫著「超薄防水 2G 隨身碟每支 247 元，5 支 1000 元」。經過大家七嘴八舌之後，阿美看了看，結果一口氣買了 5 支。請問：在這故事中，有那些因素影響阿美的價格敏感度 (price sensitivity)？(10 分) 行銷人員如何運用這些因素以增強或減弱消費者的價格敏感度？(15 分)
- 四、產品生命週期之預測，其關鍵在於擴散模型中的三項參數：創新係數 (p)、模仿係數 (q)、市場潛量 (m)。
- (一)如果 $p < q$ 的情形下，請繪出產品生命週期之型態並說明其意涵。(10 分)
- (二)如果 $p > q$ 的情形下，請繪出產品生命週期之型態並說明其意涵。(10 分)
- (三)就產品生命週期 (PLC) 的意義而言，當某罐裝咖啡在市場上已經活存多時 (亦即其成熟期非常長)，而未見其面臨衰退期，可能之原因為何？(5 分)