

等別(級)：薦任

類科(別)：企業管理

科 目：行銷管理

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、企業如欲從事有效的市場競爭，必須進行「策略規劃活動」(strategic planning)。試述策略規劃活動的意義、內容或步驟，以及企業在從事策略規劃活動時經常誤蹈的三大謬誤。(25 分)
- 二、近年來企業的行銷活動愈來愈強調所謂的「行銷金三角」(marketing triangle)，試述行銷金三角的意義，並說明此三類行銷活動的具體內容。(25 分)
- 三、期望落差理論(expectation disconfirmation theory)認為顧客對產品或服務的使用前期望(expectation)與使用後知覺(perception)之間的差距會影響並決定顧客的滿意度。試述有那些因素會影響顧客對產品或服務的使用前期望，並請深入剖析顧客滿意度與顧客忠誠度之間的關係。(25 分)
- 四、資訊科技(information technology)與網際網路(Internet)的普及可以使企業進行更有效率的定價與廣告活動(pricing and advertising activities)，試分析說明之。(25 分)