

等 級：簡任

類科(別)：企業管理

科 目：行銷管理研究

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、在引導行銷活動的觀念中，最新的觀念為「社會行銷觀念」，試舉例說明社會行銷觀念崛起的背景。(25分)
- 二、為了有效達成行銷管理的任務，行銷主管應做好顧客管理、需求管理和價值主張三項工作，試針對行銷主管應做好需求管理的理由論述之。(25分)
- 三、品牌的定位並非一旦確定之後，就永遠一成不變，故有時必須進行重定位(Repositioning)，試針對品牌的定位必須進行重定位的理由論述之。(25分)
- 四、在市場導向的策略規劃下，行銷管理的過程有諸多步驟，其中最後一個步驟為「回饋與控制」，試針對執行行銷工作的人員，於最後階段應進行「回饋與控制」的理由論述之。(25分)