

臺灣菸酒股份有限公司 105 年從業職員及從業評價職位人員甄試試題
職等／甄試類別【代碼】：從業職員／行銷企劃【J6203-J6206】、採購行政【J6207】
專業科目 1：行銷管理

*請填寫入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卷，測驗入場通知書號碼、桌角號碼、應試科目是否相符，如有不同應立即請監試人員處理。使用非本人答案卷作答者，不予計分。
②本試卷為一張單面，共有四大題之非選擇題，各題配分均為 25 分，總計 100 分。
③非選擇題限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，並請依標題指示之題號於各題指定作答區內作答。
④請勿於答案卷書寫應考人姓名、入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。
⑤本項測驗僅得使用簡易型電子計算器(不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能)，但不得發出聲響；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算器放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該節扣 10 分；該電子計算器並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
⑥答案卷務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

第一題：

建立良好的顧客關係需要的不只是發展一項好產品、訂出吸引人的價格，以及讓目標顧客可以購買得到。公司也必須向顧客溝通其價值主張，這樣的行銷溝通組合，是公司用以具說服力地溝通顧客價值與建立顧客關係的特定推廣組合工具。請條列並解釋溝通顧客價值的五大推廣組合工具。【每項各 5 分，共 25 分】

第二題：

雖然有許多方法可以區隔一個市場，但並非所有的區隔化均是有效的。例如，所有食鹽的顧客每月均購買等量的食鹽，且相信所有的食鹽都一樣，而願付價格也一樣，則區隔此市場是毫無助益的。因此市場區隔要有用，必須具備哪五項條件？並請簡要說明其意義。【每項條件及說明各 5 分，共 25 分】

第三題：

公司在設計其產品通路時必須決定通路夥伴的數量，通常有三種策略可以選擇，即密集性配銷(intensive distribution)、獨家配銷(exclusive distribution)及選擇性配銷(selective distribution)，請說明三種策略各有何不同？【25 分】

第四題：

消費性產品(consumer product)可分為便利品、選購品、特殊品及非追求品(unsought product)，公司可依不同產品特性採取不同行銷方式。請說明「便利品」、「選購品」、「非追求品」的特性，並各舉出三項產品。【25 分】