

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、產品組合 (product mix) 或稱產品搭配，是廠商提供給購買者的一切產品品項，請問產品組合可用那些構面來描述？(15分)
- 二、通路權力是指某個通路成員影響或控制其他成員行為的能力，請說明當通路衝突發生時可採用的五項通路權力。(20分)
- 三、服務的不可儲存性會造成供應與需求的落差，當需求大於供給，部分顧客無法享用服務，甚至會引發埋怨；當供給超越需求，則代表資源的浪費。如何平衡供給與需求是服務管理上的挑戰，因此當供給大於需求時 (例如產能過剩)，行銷策略上有那些因應方式？(25分)
- 四、市場區隔的評估有異質性、可衡量性、足量性、可接近性和可實踐性等五項標準，請說明其意涵。(15分) 並以臺北市、臺中市、高雄市三個城市為例，根據這五項標準，進行國民住宅的市場區隔分析，以提供政府政策之用。(15分)
- 五、差別訂價是指同一個產品卻有不同的價格，價格差異與成本沒有直接關聯，而是以顧客特性、產品形式、消費的地點、時間等作為定價的依據，請舉出二個案例做說明。(10分)