

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、面對技術創新、全球化與社會責任等市場力量，以及消費者、廠商能力提升所導致之行銷環境變化，成功的行銷管理應完成那些任務，以因應挑戰？請分項說明之。（25分）
- 二、針對低涉入消費者決策情形（low-involvement consumer decision making），行銷人員可採用那些作法提高消費者對產品的涉入程度，使其關注自己的產品特點？（25分）
- 三、在行銷溝通活動中，行銷人員常從事事務行銷，贊助特定事件，以拓展、強化公司或品牌與目標市場間的關係，請分析行銷人員進行事件贊助的主要目標。（25分）
- 四、服務無法保存，具有易逝性（perishability），為避免需求波動情形引發問題，請分析業者應如何由供給端與需求端擬定因應措施，以平衡供需狀況？（25分）