

大葉大學九十一學年度碩士在職專班招生考試試題紙

| 系所    | 組別 | 考試科目<br>(中文名稱) | 考試日期  | 節次  | 備註          |
|-------|----|----------------|-------|-----|-------------|
| 工業關係所 | 甲  | 管理個案分析         | 4月14日 | 第一節 | 共2頁<br>p2-1 |

註：考生可否攜帶計算機或其他資料作答，請在備註欄註明（如未註明，一律不准攜帶）

以下各題，每題 25 分，總分 100 分

1. 大葉大學工業關係研究所的中常程計畫擬以企業關係人 (stakeholders) 角度來培養與訓練學生，強調企業組織需要一些溝通協調與關係管理的人才來處理與協調企業組織所有的關係人；中短程的目標則放在對內的員工關係與對外的公關行銷的課程訓練。請以大葉大學工關所為例進行SWOT分析。又，就您的看法，大葉工關所擁有什麼樣的競爭優勢（如果有的話）？

2. 台灣許多公民營企業採行彈性上下班的策略，以避開上下班塞車之苦，以及方便員工能在家務事與公事間做彈性地調整。

事由：中部某大學因所處位置交通不便，故設有交通車連接學校到火車站之交通，方便搭火車上班的同仁。但是校內教職員大多來自鄰近各縣市，所以多採自行開車的方式。大多數的教職員早上上班時多會提早出門，以免面臨塞車、遲到之苦。但是，有時為了趕8點打卡（學校8點上班，第一節課為8點10分），在通往學校的道路上卻常出現要與騎機車上下學的學生們搶道的現象。因此，行政單位提出了彈性上下班的構想，從8點往前和往後各半個小時視為彈性上下班時段，早到的人可以早下班，晚到則晚下班。對於這個彈性上下班的構想，您的看法如何？是否該有些配套措施？

3. 1992年，美國人花了數十億元在法國的巴黎郊區投資興建了這個夢幻樂園。每年數以百計的人光臨這座公園的事實證明了它的成功。迪斯奈員工的角色要求包括了讓每位客人「賓至如歸」，以及提供豐富的設施讓客人能徹底地享受休閒活動。當迪斯奈獲得全球肯定的同時，我們不禁要問個問題：迪斯奈的概念在美國本土之外是否行的通？考慮下述狀況：

美國和法國間存在著許多的文化差異。在美國，人們比較休閒導向；美國佬在下班之餘，喜歡開發一些嗜好或是活動以維持人際關係。而且，他們也常「打帶跑」，急於從一個地方趕往另一個地方以便能如期完成任務。因此，他們的睡眠和飲食習慣非常彈性；事實上，速食店的興起形塑了這種生活方式。當他們光臨迪斯奈時，美國佬習慣在夏天時坐 Star Tours 或是 Space Mountain 而造成大排長龍。

在法國，人們卻完全不同。下班後常待在家與家人團聚。當法國佬外出時，他們常帶著自己的寵物（寵物不准進入迪斯奈樂園）。法國佬對吃飯也很嚴肅，吃飯時間一到一點點彈性都沒有。再者，法國佬是個正式的民族，不常跟不熟識的人進行非正式的會面。迪斯奈的「會面與接待」的概念在法國可能是難以被接受的。最後，則是耐心的問題。從所有的資料看來，法國人憎恨排隊，大排長龍是無法被接受的。

問題：1. 迪斯奈可以採取哪些措施來增加法國佬進園遊玩？

2. 若您是迪斯奈的總裁，並決定到法國開設新樂園，哪末您需要哪些資料？

4. 1985年一群留美人士學成歸國，目睹美國盛行的「折價券」制度所衍生的市場行銷功能，頗具市場價值，將之引進台灣市場，但卻改為「卡」的方式發行，推出了凱迪卡，一推出即受到市場熱烈反應。1988年凱迪公司股東首次做了重大轉換，新的經營者採取了「傳銷方式」的經營策略，一開始確實獲得了極大效益，各地分公司紛紛成立，特約店及會員人數均有快數的成長。然而不到一年，市場上就產生了一些不良影響。再加上，各地分公司「擁地自重」，總公司在握有經營權但又難以協調各地分公司的情形下，造成特約店大幅脫落，會員人數大幅減少。1990年中，現今凱迪公司經營者開始介入經營，釐定經營策略，經過數月的內部作業重新包裝，統一收費標準為年費為300元整，並推出新版本之「凱迪特約店名錄」，不及一年即受到市場的矚目及反應。1993年12月凱迪公司派員至香港洽簽港九地區凱迪特約店，此舉為凱迪公司邁向國際市場跨出了第一步。截至1996年，凱迪卡特約店分佈全省各地區，總數幾近3000家。

問題：1. 顧客使用 CADI Card 的目的為何？有何策略涵意？

2. 商家力入 CADI Card 之動機為何？對 CADI Card 公司有何涵意？