

大葉大學九十二學年度轉學招生考試試題紙

系 組 別	日\ 第二部	年級	考 試 科 目 (中 文 名 稱)	考試日期	節次	備註
休閒事業管理學系	日	三	行銷學	7月23日	三	共二頁 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） 11:10 ~ 12:30

選擇題，全部單選,四選一,請依照題號於答案卡上畫記作答

1. 下列有關行銷的敘述,何者為非? (A) 行銷的目的要充分認識和了解顧客 (B) 行銷最基本的觀念就是人類需要的觀念 (C) 行銷就是銷售 (D) 行銷是一種社會的過程。
2. 哪一種行銷觀念是假設消費者喜好購買便利且價格低廉 (A) 生產觀念 (B) 產品觀念 (C) 社會行銷觀念 (D) 推銷觀念
3. 什麼是「一個人感覺愉悅或失望程度,是來自對產品性能的知覺與個人對產品的期望」(A) 目標市場 (B) 整合行銷 (C) 關係行銷 (D) 滿意度
4. 下列那一項不是公司總管理處必須執行的規劃活動 (A) 界定公司經營使命 (B) 選定功能性程序 (C) 建立策略性事業單位 (D) 規劃新事業領域,縮減老舊事業
5. 下列那一項不是波士頓顧問群 (BCG) 模式中,所訂定的事業類型 (A) 狗兒事業 (B) 貓兒事業 (C) 問題事業 (D) 金牛事業
6. 根據研究,哪一種社會階層,假期時比較喜歡到附近城鎮,湖邊,或距家不到兩小時距離的娛樂場所 (A) 上上階層 (B) 中產階層 (C) 勞動階層 (D) 下上階層
7. 較小的一塊區隔,由較小的市場中一些需求尚未被滿足的一群消費者所組成,稱為 (A) 大眾行銷 (B) 利基行銷 (C) 區隔行銷 (D) 個人行銷
8. 下列那一項不是衡量顧客滿意度的工具 (A) 建立策略性行銷計劃 (B) 申訴與建議制度 (C) 佯裝購物者 (D) 流失顧客分析
9. 下列那一項敘述不是多角化策略的一種 (A) 集中式 (B) 水平式 (C) 複合式 (D) 滲透式
10. 下列那一項不是波特 (M. Porter) 的基本策略 (A) 全面成本領導 (B) 差異化 (C) 區隔化 (D) 集中化
11. 下列那一項是影響消費者購買行為的社會因素 (A) 角色與地位 (B) 參考群體 (C) 家庭 (D) 人格與自我觀念
12. 一個人與所處環境互動的全貌,表現一個人的活動、興趣與意見等構面,稱為 (A) 生活型態 (B) 家庭生命週期 (C) 文化 (D) 認知
13. 消費者市場主要的區隔變數,不包括 (A) 地理性 (B) 人口統計 (C) 心理與行為 (D) 歷史性
14. 表示品質、服務、經濟、速度等變數,是屬於何種區隔變數? (A) 使用時機 (B) 利益尋求 (C) 忠誠度 (D) 購買準備階段
15. 公司決定同時在多個市場區隔經營,並為每一個市場區隔設計不同的行銷方案,是採用何種策略? (A) 無差異行銷 (B) 差異化行銷 (C) 單一區隔集中化 (D) 市場專業化

16. 下列有關「定位」的敘述,何者為非? (A) 定位非始於產品 (B) 定位是在潛在顧客心目中的地位 (C) 公司對每一種品牌應發展 USP (D) 定位可以採取聯盟策略
17. 呼拉圈、電子機、葡式蛋塔的生命週期,比較接近哪一種 (A) 風格 (Style) (B) 流行 (Fashion) (C) 時髦 (Fad) (D) 扇貝型 (Scalloped)
18. 生命週期衰退階段,可以有哪些策略? (A) 大量促銷吸引消費者試用 (B) 建立密集的配銷 (C) 減少支出 (D) 增加支出
19. Marriot 旅館或 Holiday Inn 旅館,在產品線上採用何種策略 (A) 向上延伸 (B) 雙向延伸 (C) 向下延伸 (D) 產品線填補
20. 下列何者不是品牌建立決策的相關敘述 (A) 要不要掛品牌 (B) 經銷商還是製造商品牌 (C) 個別家族名稱 (D) 顧客滿意度調查
21. 下列哪一種定價方法是手機業者常用的定價方式 (A) 吸脂定價 (B) 成本加成 (C) 市場滲透定價 (D) 目標報酬定價法
22. 下列哪一個不是公司可採用的促銷性定價方式 (A) 犧牲打定價 (B) 週年慶特價 (C) 低利貸款 (D) 補償性交易
23. 將刮鬍刀價格定得較低,刀片價格定得較高,以獲取利潤,這種定價法是 (A) 成組產品定價 (B) 專用產品定價 (C) 產品線定價 (D) 心理定價
24. 郵購、電話行銷、網際網路銷售,通常是採用幾階通路 (A) 零階 (B) 一階 (C) 二階 (D) 三階
25. 下列哪一項對廣告的敘述為非 (A) 公開表達 (B) 高可性度 (C) 誇張效果 (D) 非人格化