

大葉大學九十三年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
企業管理學系			日部\二部	三	行銷學	7月19日	五	共乙頁 P.1-1

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） 15:40~17:00

以下問答題共五題，每題 20 分，請詳細作答於答案卷上，你的分數是依照你的答題詳細程度而給分。

- 請說明 Ansoff 提出的產品/市場方格(Product/Market Grid)中的各種策略運用的內涵。(20%)
- 請說明消費者之「購買決策過程」中所需經過的五個階段為何？並詳述各個階段之具體內容。(20%)
- 請解釋何謂直效行銷(Direct Marketing)？並任舉常用的四種主要工具，並說明其內涵。(20%)
- 訂價策略是行銷組合中唯一產生收入的因素，請解釋下列各種訂價方法之內容：(20%)
 - 差別訂價(discriminatory pricing)
 - 市場滲透訂價(market-penetration pricing)
 - 市場吸脂訂價(market-skimming pricing)
 - 奇數訂價(odd pricing)
- 在激烈的市場競爭環境中，新產品的研發及上市能力，是考驗企業能否生存的極重要關鍵，但據研究估計新產品開發的失敗率也高達七成以上。請分別闡釋下列常見的失敗原因：(20%)
 - 不確定性(uncertainty)
 - 拙劣的商品化(poor commercialization)
 - 拙劣的定位策略(poor positioning strategy)
 - 技術的短視症(technological myopia)