

大葉大學 97 學年度 研究所碩士班 招生考試試題紙

系 所 別	組 別	考 試 科 目 (中 文 名 稱)	考 試 日 期	節 次	備 註
運動事業管理學系	甲組	行銷學	4月13日	第二節	共二頁

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） 10:40 ~ 12:10

一、是非題(每題 5 分，共計 40 分)

1. 摩托羅拉(Motorola)公司的品質副總裁認為，當顧客不喜歡某一產品時，就表示該產品是個「不良品」。
2. 一個企業在進行策略性規劃的工作時，最好讓所有的員工都能參與、廣納各方意見。
3. 策略性規劃的工作只適合於大型企業，並不適合小型企業。
4. 美國庫爾斯啤酒(coors)公司生產了一種酒精濃度超淡的啤酒，因此取名為「喝更多啤酒」來促銷，這只是一種很有創意的促銷策略。
5. 在與行銷有關的道德中，只要消費者覺得「受騙了」，就會引發道德有關的問題。
6. 所謂「市場區隔」，其實就是針對目標市場進行專業化的行銷。
7. 就產品觀念而言，售後服務可以是屬於延伸產品。
8. 在從事產品的行銷時，為了讓產品有好的面相，應儘可能使用越多的包裝才好。

二、問答題(共計 60 分)

1. 何謂關係行銷？又，企業為何要重視關係行銷？(20 分)
2. 某家餐廳在其中餐促銷裡，推出「Early Bird Discount」方案，？以你對行銷的認識，這是個什麼樣的促銷方案？又，你認為這家餐廳為何要這樣做？(20 分)
3. 企業遵守行銷的道德原則，對於消費者而言可以獲得什麼好處？(10 分)
4. 假如你是「大葉礦泉水」的製造商，請問你會選擇下列何者作為行銷上的通路？理由為何？(10 分)
A.家樂福量販店 B.中日超商 C.7-Eleven 便利商店 D.網路商店