

類 科：觀光行政（選試觀光英語）、觀光行政（選試觀光日語）

科 目：觀光行銷學

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、試說明有效區隔市場之條件（10 分）、評估市場區隔的考量因素（10 分），以及市場區隔對目標市場訂定與市場定位之重要性。（5 分）
- 二、請以產品生命週期（product life cycle, PLC）其中的四個階段：導入期、成長期、成熟期與衰退期說明一公司產品於各個不同產品階段時的市場情況與可以採用的行銷策略。（25 分）
- 三、請說明整合行銷溝通（integrated marketing communication, IMC）概念產生的背景與如何應用此概念行銷一個旅遊目的地。（25 分）
- 四、目前臺灣許多縣市推動原住民觀光，如果他們以社會行銷觀點設計原住民觀光產品或服務時，他們須考量什麼與可以如何做？（25 分）