

類 科：公平交易管理

科 目：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、企業之行銷功能被視為是一種創造、溝通與傳遞價值給顧客，並管理顧客關係而使組織獲利的過程。依此，請回答下列問題：

(一)何謂「顧客知覺價值 (customer perceived value)」？(5 分)

(二)何謂「顧客終生價值 (customer lifetime value)」？(5 分)

(三)建立強固的顧客關係聯結 (relationship bonds) 主要有那些方法？(15 分)

二、有關消費者購買決策過程之相關行為，請回答下列問題：

(一)消費者對於資訊搜尋，主要來源包括那些類型？(16 分)

(二)顧客購買後的行為為何重要？(9 分)

三、行銷人員對市場進行區隔 (segmenting) 之後，必須定期分析與評估，以瞭解行銷環境與消費行為的變化。請說明對於市場區隔有效性的評估，一般會考慮那些準則？(25 分)

四、由於行銷環境不斷改變，近年來學者呼籲企業必須以更全面的觀點來經營市場。請說明全方位行銷 (holistic marketing) 觀點之主要內容與涵蓋的面向。(25 分)