

114年公務、關務人員升官等考試、114年
交通事業郵政、港務人員升資考試試題

等 級：薦任
類科(別)：企業管理
科 目：行銷管理
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。

(三)本科目除專門名詞或數理公式外，應使用本國文字作答。

- 一、何謂顧客知覺價值（customer-perceived value）與價值主張（value proposition）？何謂顧客關係管理（customer relationship management）？（25 分）
- 二、市場區隔（market segmentation）涉及將市場切割為較小的不同購買群體，這些群體各自有不同的需要、特性或行為，因此需要不同的行銷策略或行銷組合。在眾多區隔變數中，許多行銷者認為行為變數是建立市場區隔的最佳起始點，請說明行為區隔法（behavioral segmentation）的要旨是什麼，有那些行為變數（behavioral variables）用以區隔消費市場？（25 分）
- 三、訂價通常隨著產品經過不同生命週期而改變，導入期階段尤其具挑戰性，公司推出新產品即面對訂價的挑戰，請說明兩大新產品訂價策略及其適用情境。（25 分）
- 四、什麼是產品組合（product mix）？建構一個公司產品組合通常涉及那四大面向的決策？而這些產品組合面向如何引導公司產品的制定？（25 分）