

類 科：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。

- 一、促銷（Sales Promotion）是廠商提供誘因來提高顧客的購買數量。促銷與銷售量間的關係，也就是促銷效果的類型，可以分為那些種類？其內涵為何？（25 分）
- 二、請解釋零售車輪（Wheel of Retailing）理論的內涵為何？（13 分）請說明 AIETA 模式的內涵為何？（12 分）
- 三、何謂參考群體（Reference Groups）？（5 分）參考群體可以分為那幾種類型，請說明其內涵。（20 分）
- 四、在服務的行銷中，特別強調內部行銷（Internal Marketing）、外部行銷（External Marketing）及互動行銷（Interactive Marketing）三者的運用。請說明這三者的內涵，以及其在服務行銷中的關係。（25 分）