

臺灣菸酒股份有限公司 102 年從業職員及從業評價職位人員甄試試題
職等 / 甄試類別【代碼】：從業職員-第 3 職等人員【一】 / 行銷企劃人員【E9002】
專業科目 1：行銷管理

* 請填寫入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卷、入場通知書編號、桌角號碼、應試類別是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。
②本試卷為一張單面，共有四大題之非選擇題，各題配分均為 25 分。
③非選擇題限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，並請從答案卷內第一頁開始書寫，違反者該科酌予扣分，不必抄題但須標示題號。
④應考人得自備簡易型電子計算機，但不得發出聲響，且不具財務、工程及儲存程式功能。應考人於測驗時將不符規定之電子計算機放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該科扣 10 分；計算機並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
⑤請勿於答案卷上書寫應考人姓名、入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。
⑥答案卷務必繳回，未繳回者該科以零分計算。

題目一：

市場區隔化(market segmentation)是目標行銷的重要活動，它可以透過消費者的一些特徵(如年齡)，將市場分割成許多不同需求的獨特市場(如老人市場、兒童市場)。每一個分割出來的獨特市場，可稱為市場區隔(market segment)或市場區塊。接著，企業要從分割出來的眾多市場區隔中，選擇要服務的目標市場。請問：

- (一) 在消費品市場中，企業通常用消費者哪些特徵來區分市場？【15 分】
- (二) 企業為了確認其服務的目標市場，必先確定分割出來的市場區隔是否有效，則企業可以根據哪些準則來確認一個有效的市場區隔？【10 分】

題目二：

行銷人員在市場上可銷售的產品，根據消費者的購買習性，可分為便利品、選購品、特殊品與忽略品。其中選購品又可分同質選購品、異質選購品。請問：

- (一)「便利品」與「選購品」有何不同特徵？【10 分】
- (二)針對「便利品」與「選購品」各舉出三項產品？【6 分】
- (三)「同質選購品」與「異質選購品」有何不同？【9 分】

題目三：

一個生產多種產品的企業，對於其旗下不同產品可採取以下三種品牌策略：個別品牌、家族品牌、混合品牌。

- (一) 請簡要說明此三種品牌策略的定義。【10 分】
- (二) 此三種品牌策略各有哪些優缺點？【15 分】

題目四：

便利商店(convenience store)和專賣店(specialty store)都是常見的零售商型態。

- (一) 請各舉出一個便利商店和專賣店的實例。【5 分】
- (二) 請由營業時間、所販售的產品線數目、產品線長度、顧客服務等四個構面，比較便利商店和專賣店的差異。【20 分】