

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。

(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、企業或其他組織都可能採納生產觀念（production concept）、產品觀念（product concept）、銷售觀念（sell concept）、行銷觀念（marketing concept）、或社會行銷觀念（social marketing concept），試說明實踐這些經營觀念的具體作法。（25分）
- 二、行銷觀念（marketing concept）的具體實踐稱為市場導向（market orientation），試分別就組織文化觀點和資訊處理觀點說明其意義。（25分）
- 三、一般認為民眾對特定景點的認知意象（cognitive image）與情感意象（affect image）都會影響其旅遊意願，試說明這兩種意象的內涵並指出其相對重要性。（25分）
- 四、試以旅遊為例，說明無差異行銷、差異行銷、與集中（利基）行銷的區別。（25分）