

臺灣港務股份有限公司 108 年度新進從業人員甄試

專業科目試題

筆試科目：行銷管理

甄選類科：12 師級_業務管理

題號	題 目
1	<p>企業行銷人員可依消費者某些特徵或變數，將市場進行細化或劃分為數個市場區隔(market segment)。每一個市場區隔是由一群擁有相似需要的顧客所形成的，如此可協助企業明確界定其服務的目標顧客(即目標市場)，是目標行銷的重要步驟之一。請問：</p> <p>(一) 在消費品市場中，企業可以運用哪些消費者特徵或變數進行市場細化或區隔化？</p> <p>(二) Michael Porter 指出，有哪五種力量決定市場(或市場區隔)的長期吸引力？</p> <p>配分：第 1 小題 15 分，第 2 小題 10 分，共 25 分。</p>
2	<p>企業與通路商的利益並非總是一致的，因此</p> <p>(一) 通路衝突有哪些類型？</p> <p>(二) 管理通路衝突有哪些機制？</p> <p>配分：第 1 小題 6 分，第 2 小題 14 分，共 20 分。</p>
3	<p>行銷溝通(marketing communications)或行銷傳播，是公司試圖以直接或間接的方式，告知、說服及提醒消費者有關公司產品與品牌的手段；是為公司或品牌發聲並與消費者對話且建立關係的方法。企業進行行銷溝通時，通常是由一些溝通模式或方式構成的，謂之為行銷溝通組合(marketing communications mix)。試請說明行銷溝通組合是由哪些溝通模式或方式構成的？</p> <p>配分：25 分。</p>
4	<p>廠商在訂定價格時，</p> <p>(一) 考慮三 C，何謂三 C？</p> <p>(二) 有哪些訂價方法可以選擇？</p> <p>(三) 如何調整訂價，有哪些方法？</p> <p>配分：第 1 小題 3 分，第 2 小題 12 分，第 3 小題 15 分，共 30 分。</p>