

臺北捷運公司 108 年 1 月 13 日新進專員(二)(財務類)
甄試試題-行銷管理與市場分析

注意：

請務必填寫姓名：_____

1. 以下題目應全部作答。

應考編號：_____

2. 科目總分為 100 分。

3. 作答時不須抄題目，但請標明題號，並請用藍(黑)色原子筆橫向書寫。

題目：

- 一、請解釋何謂品牌價值(brand value)與品牌形象(brand image)?
並說明其異同。(20 分)
- 二、在制訂行銷策略時，區隔消費者市場的基礎有哪些?請分別說明
並舉例之。(20 分)
- 三、影響購買者行為的因素有哪些?請分別說明並舉例之。(20 分)
- 四、在定價策略中，何謂「市場滲透定價法 (market-penetration
pricing)」與「市場吸脂定價法 (market-skimming pricing)」?
兩者使用的時機分別為何? (20 分)
- 五、行銷研究的資料來源可分為次級資料 (secondary data) 與初
級資料 (primary data)，其所指為何?其中初級資料通常經過
哪些途徑來蒐集? (20 分)