

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。

(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、消費者購買行為是擬定行銷策略時重要的參考依據，請論述當消費者面對複雜購買情境時，所歷經的決策模式階段。(25分)
- 二、當個別產品隸屬於產品組合 (product mix) 之一部分時，其價格設定常須考量整體產品組合利潤極大化而進行調整，請舉出常見的產品組合定價類別，並舉例說明。(25分)
- 三、建立豐富顧客資料庫 (customer databases) 有助於業者制訂重要行銷決策，而塑造競爭優勢，請分析業者可應用顧客資料庫於那些行銷任務？(25分)
- 四、品牌官方網站 (web sites) 是重要的線上行銷管道，請分析業者應考量那些網站設計要素，以有效達成溝通與銷售目的？(25分)