

國立中興大學

109 學年度

碩士班考試入學招生

試 題

學系：行銷學系

科目名稱：行銷管理

109學年度碩士班招生考試試題

科目：行銷管理

系所：行銷學系

本科目不得使用計算機

本科目試題共 2 頁

單選題 (80%) 請於答案卷上作答，否則不予計分

1. 以下哪種競爭策略之情境，是發生在功能屬性相似的競品之間，藉由嘗試左右購買者對特定企業所提供產品價值之看法，以突顯特定企業旗下產品之獨特性？
A) 國際競爭 B) 替代競爭 C) 品牌競爭 D) 利益競爭 E) 配置競爭
2. 以下何者為企業在其產品中所塑造出的有形或無形的性質？
A) 產品特點(features) B) 產品要求(requirements) C) 產品利益(benefits)
D) 安全裝置(safety devices) E) 產品保固(warranty)
3. 哪種類型的行銷試圖於與客戶建立長期關係？
A) 工業行銷 B) 關係行銷 C) 社會行銷 D) 經濟行銷 E) 消費者行銷
4. 以下哪種技術用於自動分析客戶資料？若其運用得法，則行銷人將可瞭解並影響客戶行為
A) 資料探勘(data mining) B) 品牌競爭(brand competition) C) 客戶關係管理(CRM)
D) 關係行銷(relationship marketing) E) 資料倉儲(data warehousing)
5. 將產品所有權(包括後續定價和信用條款的決定權以及所有權文件)轉移給客戶時會產生什麼效用？
A) 位置效用 B) 時間效用 C) 價值效用 D) 擁有效用 E) 型態效用
6. 以下何者用於指導行銷計劃的詳細活動，以實現計劃之目的？
A) 行銷策略 B) 產品差異化 C) 行銷目標 D) 分銷策略 E) 分銷組合
7. 除了成本外，工業產品一般如何劃分其產品類別？
A) 公司的哪個領域將使用它們 B) 獲得該產品的源頭競爭強度 C) 產品的可及性
D) 產品的使用方式 E) 將物品變成消費品的難易程度
8. 下列何者為“由一家公司出售的所有產品”？
A) 產品線 B) 資本結構組合 C) 商品和服務 D) 特產 E) 產品組合
9. 以下何者代表密切相關或出售給同一客戶群的產品組？
A) 產品線 B) 特產 C) 產品組合 D) 便利組合 E) 生產組合
10. 假設一家公司一直在收集新產品的諸多想法，那麼開發過程的下一步是什麼？
A) 測試行銷 B) 原型開發 C) 業務分析 D) 概念測試 E) 方案篩選
11. 以下何者代表總成本等於總收入的銷量？
A) 固定成本項 B) 訂價分析 C) 撇脂訂價 D) 變動成本項 E) 損益平衡點

109學年度碩士班招生考試試題

科目：行銷管理

系所：行銷學系

本科目不得使用計算機

本科目試題共 2 頁

12. 為什麼上市速度對市場需求的構成至關重要？
A) 可降低產品開發總成本 B) 讓企業有更多時間可召回產品 C) 可進行更多的概念測試
D) 在分析過程獲得更鮮明的成果 E) 使企業更有可能夠在市場上立足並延長產品壽期
13. 選擇分銷網絡是戰略級決策，是因為該決策將確定甚麼的數量與成本？
A) 通路衝突 B) 市場覆蓋 C) 線上零售 D) 零售範圍 E) 領導通路
14. 以下哪項是由中間商進行間接配銷的最主要優點？
A) 他們藉批量交易減少了商品成本 B) 他們不收取佣金
C) 他們藉著預購服務為生產者提供附加價值 D) 他們只與相關產品線很少的生產者合作
E) 他們通過節省買賣家的分銷與選購時間或成本來提供附加價值
15. 當製造商將銷售產品的權利授予數量極其有限的零售商或批發商時，將發生以下何許情況？
A) 密集配銷 B) 直銷 C) 銷售代理商配銷 D) 獨家通路配銷 E) 選擇性通路配銷
16. 郵購目錄行銷被認為是哪種零售型態？
A) 倉儲零售 B) 電話零售 C) 無店鋪行銷 D) 直銷 E) 在線零售
17. 一般說來，以下哪項是最慢和最便宜的物流模式？
A) 鐵路 B) 飛機 C) 管道 D) 水運 E) 卡車
18. 當製造商將產品售予其他企業，再由其他企業轉售給消費者，此製造商正使用哪種銷售模式？
A) 產業行銷 B) 零售 C) 批發 D) 創意行銷 E) 推銷式行銷
19. 以下哪個術語意指尋找最有效的方式以傳達有關產品的資訊並銷售產品？
A) 市佔率 B) 廣告 C) 促銷 D) 利潤管理 E) 客戶關係
20. 以下何者描述了促銷的兩個主要目標？
A) 產品定位和資訊交流 B) 產品定位和開發產品新用途 C) 開發產品新用途並傳達資訊
D) 產品增值並消除競爭 E) 控制銷量並消除競爭

簡答題 (20%)

1. 請試著提出在產品生命週期即將來到尾聲時，延長產品壽命的三種方法。
2. 請試著描述有哪些情況下，企業可能不以利潤最大化作為其定價目標。