

臺灣綜合大學系統 109 學年度學士班轉學生聯合招生考試試題

科目名稱	行銷管理	類組代碼	B01
		科目碼	B0191

※本項考試依簡章規定所有考科均「不可」使用計算機。

本科試題共計 1 頁

共四題，請標題號，依序作答，每題 25 分

- 請對台南某女裝製造商，闡述(1)策略行銷(Strategic Marketing)中區隔、選擇與定位及(2)行銷組合策略(Marketing Mix)的內涵，與(3)兩者間之程序關聯?
- 以下為從高雄某美妝賣場之顧客關係系統(Customer Relationship Management)所擷取之七項顧客消費與行為資料變數，請交互該等變數，儘可能對全館顧客進行分類與標籤化(labeling)。
變數
 - 最近來店日期
 - 全年總來店次數
 - 全年來店日期間隔之變異
 - 全年總消費金額
 - 全年消費折價商品所節省總金額
 - 全年消費賺取之酬賓點數
 - 官網表達正面(負面)評價
- 你受聘於嘉義某小型運動能量棒食品公司擔任品牌總監，進行全台市場銷售，請以最小的預算，提出綱要性的品牌活動(branding)建議，並闡述其等活動對累積品牌資產的意義?
- 台中某血糖檢測製造商計劃以自創品牌拓展國際市場，試闡述該公司(1)用那些行銷方法的搭配，可以尋覓各區域可能合作的通路或代理商?(2)有哪些通路評估準則，評估潛在合作的單位?(3)未來合作，可以提供那些通路促銷搭配(push promotion)，(4)在合作合約上，可以提出哪些授權要求，確保品牌績效?