

# 國立臺北商業大學附設空中進修學院 111 學年度第一學期期中考參考答案

考試科目：二專 310 行銷管理

考試日期：111 年 10 月 30 日 節次：2

問答題每題 20%

一、行銷組合(Marketing mix)，其中包含了四項行銷活動。

分別為哪四項？產品(Product)、定價(Price)、通路(Place)及推廣(Promotion)，又稱之為 4Ps。

二、消費者的購買決策程序可以分成五個階段，分別為哪五個階段？

五個階段分別為：確定需求、資訊蒐集、選擇的評估、購買決策及購後行為，此五個階段不僅只有購買的當下還將消費者購買前的評估及購買後的回饋反思納入考量。

三、由知名的管理顧問公司波士頓顧問團隊(Boston consulting group)所發展出來，被稱之為 BCG 模式，將策略事業單位分成四類，分別為哪四類？

1. 明星事業(Stars)：明星事業位處高成長率及高市場占有率，事業單位經常獲取大額利潤，但也伴隨著大筆資金的需求。
2. 金牛事業(Cash cows)：金牛事業是低成長率，但高市場占有率的事業單位，企業在此事業中經常是市場的領導者，獲得許多現金流入。
3. 問題事業(Question marks)：問題事業是指成長率高，但是市場占有率低的事業，亟需大量現金的投入來提高市場占有率。
4. 狗事業(Dogs)：狗事業是指成長率低，且市場占有率低的事業，此事業無法提供大量的現金流入，因此企業會採取收割或是將之結束營運。

四、請您試述消費者市場中經常使用的區隔變數包含四種，分別為哪四種？

1. 人口統計變數就是以顧客的特性來做區分，如：年齡、性別、所得等。
2. 地理變數是以地理位置進行區分，如：區域、城市、國家等。
3. 心理變數是以顧客的個性、動機及生活型態進行區分。
4. 行為變數是以消費者對於產品的知識、態度、使用行為……等進行區分。

五、請說明何謂品牌延伸，又分為哪四種形式？

當企業在發展品牌策略時，根據新的與現有的產品類別及品牌名稱，可以發展出四種策略：

1. 產品線延伸：是指企業在現有的品牌與現有的產品上，發展出新的產品，亦即新增產品規格、口味或是包裝樣式。
2. 品牌延伸：是指將目前的品牌延伸到新的產品上。
3. 多品牌：企業相同的產品類別中推出新的品牌，此一策略經常使用於企業欲鎖定不同市場區隔的消費者，擴大市場占有率。
4. 新品牌：企業推出新產品時企圖建立新的品牌，此一策略經常使用於現有的品牌名稱不吸引人，或是不適用於新產品上時。