

# 國立臺北商業大學附設空中進修學院 110 學年度第一學期期末考參考答案

考試科目：二專 310 行銷管理

考試日期：110 年 12 月 26 日 節次： 1

## 問答題 每題 20%

一、行銷服務品質是指顧客接受服務後對該服務的評價服務品質有好壞，請問有那五個指標進行衡量？

答：一、有型化二、可信賴性三、反應性四、確保性五、同理心。請詳細說明影響產品定價的因素：一、顧客二、競爭者三、企業與行銷組合是法律規範。

二、請說明與解釋垂直的行銷系統與水平的行銷系統之間的差異。

答：

1. 垂直行銷系統：指將製造商、批發商及零售商進行整合，彼此之間可能是隸屬於同一個公司，或許是透過契約約束。
2. 水平行銷系統：指同一個通路階層中兩個或是兩個以上的企業協調其行銷活動來聯合開創新的市場機會而彼此間的合作可以是隸屬於相同行業或是跨行業的，而合作的層級可以是任何一個通路階層。

三、請說明與解釋什麼是零售、零售商、批發、批發商？

答：

1. 零售(Retail sales) 指將商品或是服務傳遞給消費者，以做為個人或是非營利使用的活動。
2. 零售商(Retailer)則是購入商品再銷售給消費者的通路。
3. 批發(Wholesale sales)將產品或是服務銷售用來轉售或做為商業用途的活動。
4. 批發商(Wholesaler)則是專門將購買的產品給準備出售或是營利使用的企業、組織或是政府單位。

四、請說明與解釋五種推廣工具分為哪些？

答：

1. 廣告(Advertising):指廣告主要透過付費給媒體，推銷指定的商品或服務並且以非人員的方式來傳達各種訊息。
2. 促銷(Sales promotion):指提供額外的價值或是誘因給消費者以刺激消費者購買，是促使需求短期增加，推廣工具，經常使用的促銷方法有免費樣本、抽獎、折扣券、贈品、商業展示、紅利及競賽等。
3. 公共關係(Public relations):是透過贊助、捐款、參與公益活動，或是出版企業刊物及新聞報導來建立良好的企業形象。
4. 人員銷售(Personal selling)：是指僱用專業的人員針對其產品或服務進行銷售。
5. 直效行銷(Direct marketing)：透過電子郵件、電話、傳真等工具直接與特定的消費者進行溝通，由於對於消費者有所知曉，因此能夠針對不同背景或是需求的消費者給予不同的訊息。

五、何謂體驗行銷？

答：

除了重視產品所帶來的功能利益外，消費者也重視快樂與感性形塑的享樂利益，也就是享受服務過程中帶來的體驗感受，體驗行銷(Experiential marketing)即是從感性的角度出發，強調顧客經驗、體會與感受來執行行銷策略。