

# 國立臺北商業大學附設空中進修學院 111 學年度第一學期期末考參考答案

考試科目：二專 310 行銷管理

考試日期：111 年 12 月 25 日 節次：2

問答題每題 20%

一、請說明固定成本(Fixed costs)及變動成本(Variable costs)?

固定成本又稱為間接成本,是指不隨生產數量變動而增加或是減少的成本,例如:廠房租金、主管薪資、利息費用……等;變動成本則是指隨著生產數量而異動的成本,像是:投入生產的原料及包裝,這些成本對於每一生產單位相同,且只有生產數量增加時候才會產生。

二、何謂市場涵蓋密度?又可以分為哪三種?

市場涵蓋密度又可以稱為通路的廣度,是指特定銷售區域內通路成員的數目,可以區分成三種:

1. 密集性配銷

指或服務透過每一個可能的通路商進行銷售,盡量增加每個可能的銷售點,讓消費者在任何地點都可以購買到商品。

2. 獨家性配銷

代表產品在某個地理區域內,僅指定一家或是非常少數幾個通路販售,此為市場涵蓋度最受到限制的配銷方法,獨家性配銷大多建構在生產者與指定的通路商透過契約的方式協議獨家販售權。

3. 選擇性配銷

指商品在某些通路販售,此方法的通路數量介於密集性與獨家性配銷的中間,此方法適用於選購品,特別是需要售後服務的商品,生產者挑選具資格的通路商進行售後服務。

三、請說明服務品質的好壞經常以哪五個指標進行衡量?

1. 有形化(Tangibles)

2. 可信賴性(Reliability)

3. 反應性(Responsiveness)

4. 確保性(Assurance)

5. 同理心(Empathy)

四、何謂體驗行銷?

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。

五、請論述何謂市場刮脂定價(Market-skimming pricing)?

刮脂定價是指企業將價格訂在高價,從願意支付高價的消費者身上獲取高額利潤,然後等到其他競爭者或是更高階的產品進入市場時,再將價格往下調整,以吸引支付較低價格的消費者。