

中華郵政股份有限公司 100 年從業人員甄試試題

職階／甄選類科【代碼】：營運職／行銷【98108】

專業科目（2）：行銷學

※入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卷、入場通知書編號、桌角號碼、甄選類科是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。
②本試卷為一張單面，共有四大題之非選擇題，各題配分均為 25 分。
③限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，並請從答案卷內第一頁開始書寫，違反者該科酌予扣分。**不必抄題但須標示題號**。
④應試人得自備使用簡易型電子計算機（須不具財務、工程及儲存程式功能且按鍵不得發出聲響），應試人於測驗時將不符規定之電子計算機放置於桌面或使用，若經勸阻無效，仍執意使用者，該科扣 10 分，計算機並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
⑤答案卷務必繳回，未繳回者該科成績以零分計算。

題目一：

據 Igor Ansoff 所提出的產品/市場擴張矩陣（product/market expansion grid），企業或事業單位在追求成長時共有四種策略可運用。請問這四種策略的名稱和內涵為何？並各舉出一個實例說明之。【25 分】

題目二：

一般而言，目標行銷(target marketing)策略可分為三種：無差異化行銷(undifferentiated marketing)、集中化行銷(concentrated marketing)、和差異化行銷(differentiated marketing)。

- （一）請說明此三種策略的內涵及其優、缺點。【15 分】
- （二）企業在決定目標行銷策略時，應考慮哪些因素？【10 分】

題目三：

有關行銷資訊系統(Marketing Information System)中，獲取所需資訊(Developing Needed Information)的管道或方式：

- （一）獲取資訊的管道除了行銷研究（或市場調查）(Marketing Research)外，還有哪兩類？【5 分】
- （二）行銷研究（或市場調查）程序的步驟有哪些？【10 分】
- （三）以餐廳為例，應如何擬訂用餐滿意度調查的抽樣計畫？【10 分】

題目四：

市場可分為消費型市場與商業型市場，就消費型市場而言：

- （一）消費者在購買商品的過程中，其購買決策程序為何？【10 分】
- （二）依據消費者涉入(Involvement)程度高低與品牌差異(Differences between brands)顯著性，將購買行為分為哪四類？請繪圖表示之。【5 分】
- （三）請說明小題（二）所繪之圖。【10 分】