

臺灣菸酒股份有限公司 108 年從業職員及從業評價職位人員甄試試題

甄試類別【代碼】：從業職員／行銷企劃【N6001-N6006】

專業科目 1：行銷管理

*入場通知書編號：_____

注意：①作答前先檢查答案卷，測驗入場通知書編號、座位標籤、應試科目是否相符，如有不同應立即請監試人員處理。使用非本人答案卷作答者，不予計分。
②本試卷為一張單面，非選擇題共 4 大題，每題各 25 分，共 100 分。
③非選擇題限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，並請依標題指示之題號於各題指定作答區內作答。
④請勿於答案卷書寫應考人姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。
⑤本項測驗僅得使用簡易型電子計算器（不具任何財務函數、工程函數、儲存程式、文數字編輯、內建程式、外接插卡、攝（錄）影音、資料傳輸、通訊或類似功能），且不得發出聲響。應考人如有下列情事扣該節成績 10 分，如再犯者該節不予計分。1.電子計算器發出聲響，經制止仍執意續犯者。2.將不符規定之電子計算器置於桌面或使用，經制止仍執意續犯者。
⑥答案卷務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

第一題：

近年來常聽到 B2B、B2C 二詞。有關組織市場(business market)與消費者市場(consumer market)，請回答下列問題：

- (一) 請列出此兩種市場在(1)購買類型、(2)決策過程的差異。【20 分】
- (二) 請針對您於上列(一)中所列差異處，舉例說明之。【5 分】

第二題：

行銷溝通組合(Marketing communication mix)是企業進行行銷推廣的重要活動。請回答下列問題：

- (一) 行銷溝通的工具具有哪些？【10 分】
- (二) 對於以拉式策略(pull strategy)為主的廠商相較於以推式策略(push strategy)為主的廠商，行銷溝通組合有何差異？【10 分】
- (三) 請說明行銷溝通組合必須整合的重要性。【5 分】

第三題：

市場區隔是企業依據消費者的某些特徵（如收入），將消費者市場細分為若干不同需求的小市場，以利其執行目標行銷策略。請說明消費者之哪些特徵可用來進行市場區隔？【25 分】

第四題：

不論行銷通路的設計與管理多麼完善，通路衝突總會存在。瞭解引起行銷通路衝突的原因及類型，將有助於解決行銷通路衝突的問題。請說明：

- (一) 引起行銷通路衝突的可能原因為何？【10 分】
- (二) 行銷通路衝突有哪些類型？【15 分】