

類 科：觀光行政

科 目：觀光行銷學概要

考試時間：1小時30分

座號：_____

※注意：(一)禁止使用電子計算器。

(二)不必抄題，作答時請將試題題號及答案依照順序寫在試卷上，於本試題上作答者，不予計分。

- 一、如一觀光機構要執行 SWOT（優勢、弱點、機會與威脅）分析，該機構須先執行內部與外部環境分析，以使此分析得以具體落實。請說明內、外部環境分析對 SWOT 分析之意義與內容為何？（15 分）請以一觀光產業機構為例說明內、外部環境分析轉化為 SWOT 分析後可能為何？（10 分）
- 二、產品可分為四種層次：核心產品、輔助產品、支援產品和引申產品，請說明各產品之意涵。（12 分）假設以蘇格蘭愛丁堡文化之旅 6 日遊為例，請闡述此四項產品層次於此旅遊產品可能為何？（13 分）
- 三、請闡述影響消費行為之下列社會因素：家庭因素、參考群體和角色與地位如何影響觀光消費者？（25 分）
- 四、請闡述觀光企業如何使用關係行銷的三種層次：財務性結合、社會性結合與結構性結合對其顧客行銷，請各舉二實例說明。（25 分）