

類 科：企業管理

科 目：行銷管理

考試時間：2小時

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、促銷 (Sales Promotion) 是廠商提供誘因而提高顧客的購買數量。促銷與銷售量間的關係，也就是促銷效果的類型，可以分為那些種類？其內涵為何？(25分)
- 二、請解釋零售車輪 (Wheel of Retailing) 理論的內涵為何？(13分) 請說明 AIETA 模式的內涵為何？(12分)
- 三、何謂參考群體 (Reference Groups)？(5分) 參考群體可以分為那幾種類型，請說明其內涵。(20分)
- 四、在服務的行銷中，特別強調內部行銷 (Internal Marketing)、外部行銷 (External Marketing) 及互動行銷 (Interactive Marketing) 三者的運用。請說明這三者的內涵，以及其在服務行銷中的關係。(25分)