

臺灣港務股份有限公司 106 年度第 2 次從業人員  
 助理管理師/助理工程師、助理事務員/助理技術員甄試

專業科目試題

筆試科目：行銷管理

甄選類科：12 業務管理(師級)

題號	題 目
1	<p>近年來港務公司與中央及各地方政府均致力於推行海洋觀光，試圖活絡沈寂已久的岸邊觀光與海上航行結合之海洋觀光大國的願景。其中，郵輪旅遊體驗更以獨特的旅遊內涵與型態，成為政府推動海洋觀光的重要指標。試以 Bernd Schmitt (1999) 所提出的體驗行銷 (Experiential Marketing) 為依據。</p> <p>(1) 先說明何謂五大「策略體驗模組」(Strategic Experiential Models, SEMs) (Sense,Think,Feel,Relate,Act)</p> <p>(2) 說明如何運用五大「策略體驗模組」為郵輪旅遊擬定一套顧客價值導向的行銷策略方針。</p>
	<p>配分：每小題 10 分，共 20 分。</p>
2	<p>Berry (1991)在關係行銷(Relationship Marketing)的概念中，提出了財物性連結(Financial)、社會性連結(Social)、客製化連結(Customized)與結構性連結(Structural)等四大方向，可作為企業建構顧客關係管理系統的參考指標。</p> <p>(1) 請先說明各關係連結的定義。</p> <p>(2) 試從關係行銷四大方向的角度，為郵輪公司擬定一套顧客關係管理策略？</p>
	<p>配分：每小題 10 分，共 20 分。</p>

題號	題 目
3	<p>85°C 是台灣以平價咖啡和甜點起家的連鎖餐飲，2003 年創立，2010 股票上市，至 2017 年止，在台灣已經擁有 400 多家門市，在美國、中國、香港和澳洲也都有據點。它的經營基本原則是品質、專業、創新及責任。2013 年品牌重整，目標競爭對手瞄準星巴克，因此除了品質提升外，價格也稍微提升至 60~80 元之間，同時保留原先的 35 元咖啡，從早上七點到晚上 12 點都有提供不同的餐點。店內的空間變大很多，設計也改變，試圖創造北歐居家風格，更提供無線網路、插頭及 USB 充電插座。據報導，二代店業績不錯，因此經營者打算繼續拓展二代店的家數。假設 85°C 按照上述的步調繼續拓展二代店，試著評估 85°C 是否會落入零售輪迴(wheel of retailing)的窘境。</p> <p>(1) 請說明甚麼是零售輪迴(wheel of retailing)？</p> <p>(2) 您的評估為何？</p> <p>配分：第 1 小題 7 分，第 2 小題 8 分，共 15 分。</p>
4	<p>近年來由於國際港口競爭情勢與國內經貿環境變遷，傳統港埠面臨轉型課題。最近在交通部與臺灣港務公司共同舉辦的第 4 屆「市港合作發展論壇」中提出「市港合作」的轉型模式，期望藉由海港所在地之特色促使港埠服務型態的轉型，共同開發新產品進入新市場。Ansoff(1957)提出「產品-市場成長矩陣」。</p> <p>(1)請問何謂「產品-市場成長矩陣」，並說明其四種策略的內容。</p> <p>(2)海港轉型是屬於哪一種策略，請描述原因。</p> <p>配分：每小題各 10 分，共 20 分。</p>
5	<p>Jerome McCarthy (1964)提出了行銷組合(marketing mix)的 4P 理論，而在 1990 年 Robert F. Lauterborn 重新設定了市場行銷組合的四個基本要素，提出了 4C 理論成為新型態企業行銷策略，請問</p> <p>(1) 何謂行銷組合 4P 理論？</p> <p>(2) 何謂 4C 理論？</p> <p>(3) 說明 4C 理論與 4P 理論的差異？</p> <p>配分：第 1、2 小題各 10 分，第 3 小題 5 分，共 25 分。</p>