

臺灣港務股份有限公司 107 年度新進從業人員甄試

專業科目試題

筆試科目：行銷管理實務

甄選類科：行銷外語(英語)(師級)

題號	題 目
1	<p>請回答下列各小題： 30%</p> <p>(1) 何謂顧客佔有率(share of customer)(或荷包佔有率(share of wallet)? 5%</p> <p>(2) Kotler 提出 Holistic marketing 的概念，其意義為何? 5%。</p> <p>(3) 何謂品牌權益(brand equity) ? 5%</p> <p>(4) 何謂零售 4.0 ? 5%</p> <p>(5) Ansoff 產品市場發展矩陣(product-market expansion grid)之內容為何? 10%</p>
	配分：第 1、2、3、4 小題每題 5 分，第 5 題 10 分，共 30 分
2	<p>根據 PZB，決定服務品質的主要因素有哪些?</p>
	配分：20 分
3	<p>根據台灣新生報於 2018 年 3 月 23 日報導，高雄港近年的定位問題，不斷引起話題，似重於「休閒」輕於「貨量」，港區相關開發建設看不出對貨櫃運量有實質的提振對策，包括郵輪母港、遊艇碼頭、親水空間，甚至近來引起重視的離岸風電，惟對貨櫃碼頭、散雜貨碼頭不足等問題，卻少有長遠策略。</p> <p>(1) 在行銷學中，什麼是定位? (10%)</p> <p>(2) 請為高雄港繪製一張定位知覺圖，同時解釋縱軸、橫軸、和此圖可能看出的策略意義 (15%)</p>
	配分：第 1 小題 10 分，第 2 小題 15 分，共 25 分
4	<p>「以全球觀點思考，以在地角度執行」，意指公司在一個或一個以上國外市場營運時，經常面對是否需要依據當地的狀況，調整產品及行銷溝通的組合。Keegan & Green 主張，透過直接延伸、調整和開發的變化，共可產生五種行銷調適策略的選項，供企業參考與選擇。請解釋並舉例此五種全球行銷策略。</p>
	配分：25 分