

臺灣菸酒股份有限公司 104 年從業職員（儲備主管）甄試試題

甄試類別【代碼】：專業職—通路行銷【H6702】

專業科目 1：行銷管理暨實務

*請填寫入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卷、入場通知書號碼、桌角號碼、甄試類別是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。
②本試卷為一張單面，共有四大題之非選擇題【每題配分為 25 分，總計 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，並請從答案卷內第一頁開始書寫，違反者該科酌予扣分，**不必抄題但須標示題號**。
④本項測驗僅得使用簡易型電子計算器(不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能)，但不得發出聲響；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算器放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該節扣 10 分；該電子計算器並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
⑤請勿於答案卷上書寫應考人姓名、入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。
⑥答案卷務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

第一題：

在實務工作上，常常聽聞「掌握通路就擁有了市場」，請就通路有關的議題，回答下列問題：

- (一) 在產品由生產者配送到消費者的過程中，常常會需要許多通路成員(channel member)加以協助，請問：
1. 常見的行銷通路成員有哪些？【4 分】
 2. 行銷通路成員通常具有哪些功能？【6 分】
- (二) 在通路決策中，行銷人員必須決定通路的廣度，也就是市場涵蓋密集度(market coverage intensity)，根據顧客購買習慣的不同，及產品類型的差異，通常有哪三種策略可供選擇？請舉實際產品類型說明之，否則不予計分。【15 分】

第二題：

新產品上市之後，廠商當然希望新產品能夠盡快被消費者接受及採用，也就是希望創新擴散(diffusion of innovation)能夠快些，然而創新擴散的快慢會因人、因物而異，請回答下列問題：

- (一) 依消費者個人對於新產品採用速度的快慢，將創新採用者分為哪五類？（不用說明，只須寫出是哪五種創新採納者即可）【10 分】
- (二) 新產品被採用的速度及創新擴散的範圍，尚會受到創新產品本身哪五項特性的影響？請簡單說明此五項特性會分別如何影響創新擴散的速度，未說明不予計分。【15 分】

第三題：

企業會抱持不同的管理哲學來看待市場、經營市場，常見的五種哲學分別為生產觀念(production concept)、產品觀念(product concept)、銷售觀念(selling concept)、行銷觀念(marketing concept)，以及社會行銷觀念(societal marketing concept)，請以生技產業為例說明不同的管理哲學其個別強調的重點分別應該有何差異。【每個管理哲學的回答各 5 分，共 25 分】

第四題：

目標市場的選擇策略有多種方式，最常見的有無差異行銷(undifferentiated marketing)、差異化行銷(differentiated marketing)，及集中行銷(concentrated marketing)，請說明此三種策略其各自擁有之優缺點。【25 分】