台灣糖業股份有限公司 99 年新進人員甄選試題

甄選職位／類組【代碼】：評價 5 等人員／企業管理 1【79901】、企業管理 2【79902】

專業科目 1：行銷管理　　**＊請填寫入場通知書編號：＿＿＿＿＿＿＿＿**

注意：①本試卷為一張單面，共有四大題之非選擇題，各題配分均為 25 分。
②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。
③應考人得自備使用簡易型電子計算機(簡易型電子計算機限僅有數字鍵 0～9 及＋－×÷√％ ＝ ⊡ ▶ +/- C AC CE TAX+ TAX- GT MU MR MC MRC M+ M- HMS M/EX 之功能，且不具財務、工程及儲存程式功能)；**若應考人於測驗時將不符規定之電子計算機放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該科目成績扣 10 分；計算機並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。**
④**答案卷務必繳回，未繳回者該科以零分計算。**

題目一：

零售商是任何企業銷售量的直接來源，其銷售方式可分有店舖零售與無店舖零售。請問什麼是「無店舖零售」？【10 分】根據您的生活經驗，請列舉 5 種不同類型的無店舖零售？【15 分】

題目二：

企業在市場上競爭，經常要面對降價或漲價的情況。企業若要降價或漲價必須瞭解市場對價格的敏感度，亦即消費者對降價或漲價的購買反應。假設某企業僅銷售 A、B 二種商品，A 商品的價格，若從 50 元提高到 60 元，預估每年銷售量會從 200 單位降到 190 單位；而 B 商品的價格，若從 50 元提高到 60 元，預估每年銷售量會從 200 單位降到 50 單位。在不考慮其他影響因素之下（即僅考慮商品價格與銷售量之關係），下列有四種方案可以選擇，若您是這家企業的行銷人員，請問您會建議哪一個方案？為什麼？【25 分】

方案(1)：A 商品漲價，B 商品維持原價
方案(2)：B 商品漲價，A 商品維持原價
方案(3)：二種商品同時漲價
方案(4)：二種商品均維持原價

題目三：

在市場上銷售的產品種類很多，行銷人員根據消費者購買習性，可將產品分為便利品、選購品、特殊品及冷門商品等四類。請說明「便利品」、「選購品」的特徵，並各舉出 4 項產品？【25 分】

題目四：

目標行銷能夠幫助公司選擇可以服務的市場區隔(market segmentation)作為目標市場，提供產品／服務以滿足該市場區隔之需求。請問公司可以根據哪些準則或標準，選擇一個有效的市場區隔作為目標市場？【25 分】