

中華郵政股份有限公司 104 年從業人員甄試試題

職階／甄選類科【代碼】：專業職(一)／電子商務(企劃行銷)【G5102】

專業科目(2)：行銷學

*請填寫入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卷、入場通知書編號、桌角號碼、甄選類科是否相符，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，各題配分均為 25 分。

③非選擇題限用藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，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請勿於答案卷上書寫姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。

⑤應考人得自備使用簡易型電子計算機(須不具財務函數、工程函數或儲存程式功能，且不得發出聲響)。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，扣除該科目成績 10 分；計算機並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。

⑥答案卷務必繳回，未繳回者該科以零分計算。

題目一：

近年來廠商無不推陳出新，提供新產品與新服務來滿足顧客。新產品(或服務)本身的特性會影響產品(或服務)的採用率，請問這些特性各為何？【10分】並以近年相關的 APP 服務為例，說明這些特性影響 APP 擴散的情形。【15分】

題目二：

訂價在今日的商業活動非常重要。訂價有所謂的三 C，請說明這三 C 各為何？【9分】又廠商可運用哪些訂價技術來刺激顧客提早購買？請說明之。【16分】

題目三：

現今消費者市場所販售形形色色的產品或服務，如鞋子、手錶、車子、保險、餐飲或旅遊等，可以發現大多數的市場都充滿著異質性(heterogeneous)的需求，為了能更精準的提供產品或服務以滿足消費者的需求，便有了市場區隔(market segmentation)觀念的提出。據此，請回答下列問題：

(一)請說明消費者市場常見的區隔變數主要有哪四大類？【4分】

(二)在行銷實務上，廠商如何應用此四大類變數進行市場區隔？請個別舉例加以說明。【16分】

(三)在進行完市場區隔之後，廠商通常會根據哪五個條件來衡量各個區隔(segment)是否是有效的區隔？【5分】

題目四：

當一個新產品決定要進入市場上銷售，此時該產品便會開始歷經產品生命週期的幾個重要階段，即導入期(introduction)、成長期(growth)、成熟期(maturity)及衰退期(decline)，不同階段競爭環境與目標市場的反應皆有所不同，行銷人員也必須對應提出不同而適切的行銷策略。據此，請回答下列問題：

(一)當新產品進入市場後，廠商必然非常關切其在市場上的擴散(diffusion)速度，以及消費者的採納(adoption)情形，請問：

1.根據消費者對新產品的採納速度，可依其先後將這些採納者(adopters)分為哪五類？【5分】

2.另外，請舉例說明新產品的哪五項特徵會影響其在市場上的擴散速度？未舉例說明不計分。【10分】

(二)舉一個您認為目前在台灣市場上是位於成熟期的產品或服務，說明您如何判斷該產品或服務是處於成熟期？並請進一步說明其應該採取之對應的產品(product)、價格(price)、通路(place distribution)及推廣(promotion)等 4P 相關行銷策略分別為何？【10分】