

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 6 等人員／企業管理 2 【79804】、企業管理 3 【79805】、企業管理 6 【79808】

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 + - x ÷ √ % = □
▶

+/-	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：

瞭解消費者在購買產品前，獲悉購買產品相關資訊（如產品特性、售價等）的來源，將有助於業者擬訂有效的行銷策略。請說明消費者在購買產品前，通常會從哪些來源，瞭解產品的相關資訊？【25 分】

題目二：

商店以「物超所值」的廣告，向顧客訴求其產品或服務的價值，係因為這些商店的經營者假設「顧客認知價值(customer perceived value)」是決定顧客購買選擇決策之主要影響因素。如果這樣的假設是對的，請問：

(一)「顧客認知價值」是如何決定的？【10 分】

(二) 哪些可能因素影響「顧客認知價值」的決定？【15 分】

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】