

台灣糖業股份有限公司 97 年新進人員甄選試題

甄選類組：企業管理 (51103)、企業管理 (51105)

科目：行銷學

*請填寫入場通知書號碼：_____

注意：①本試卷為一張單面，共有四大題之申論題或計算題，每大題各占二十五分。
②限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，**不得使用鉛筆作答，否則不予計分**；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應考人得自備僅具數字鍵 0~9 及 \div \times $\sqrt{\quad}$ $\%$ **M** **MU** **GT** **TAX+** **TAX-** 功能之簡易型計算機應試。
④答案卷務必繳回，違者該科以零分計算。

題目一：

在企業市場(business market)的企業，其購買是為了生產其他產品或服務，而非最終的消費。因此，企業市場的特徵不同於消費市場，身為企業市場的行銷人員必須要瞭解企業市場的特徵，才有利於建立行銷方案。請說明企業市場具有哪些重要的特徵，需要行銷人員注意。

題目二：

服務是一項商品(如醫療、房屋仲介服務…)，消費者在接受服務或消費之前，沒有辦法預知結果，因而增加消費者的認知風險，使服務組織不易銷售其商品。因此，對於提供服務的經營者而言，為了降低消費者的認知風險，提高商品銷售的可能性，會使用各種行銷工具，將無形的服務有形化或具體化。請說明這些服務業者或行銷人員，會使用哪些行銷工具將服務商品有形化。

題目三：

企業的行銷活動可以用各式各樣的形式呈現，如贈品、廣告活動等，這些活動的目的，是用來達成企業的行銷目標，傳統上可以將企業各式行銷活動歸類為：產品(product)、定價(pricing)、通路(place)與促銷(promotion)，稱為「行銷組合」工具或 4p。請為每一類行銷組合工具，至少舉出 3 項內容(例如產品的行銷工具包括產品種類、品質…)。

題目四：

行銷通路衝突對任何企業而言，都難以避免的，一般可分為垂直通路衝突、水平通路衝突與多元通路衝突，三種類型。請分別舉例說明各類型的衝突。