



- 15.公司若要使其市場區隔達成功效，必須具有可接近性、足量性、可區別性、可行動性、及\_\_\_\_\_等特性？
- ①可連性                      ②可識性                      ③可衡量性                      ④目標性
- 16.有關品牌定位之敘述，下列何者錯誤？
- ①品牌定位的目的是有效地複製產品使與其他競爭者達一致性  
②品牌定位是將品牌認同與價值積極的傳播給目標對象  
③品牌定位是使公司品牌在消費者心中擁有與眾不同的形象  
④品牌定位是使企業與消費之間產生共鳴
- 17.服務的可塑性很大，可因人、因事、因地而異，這是在說明服務的什麼特性？
- ①可溝通性                      ②無形性  
③易變性                          ④無法保存性
- 18.決定服務品質優劣的因素，下列何者最正確？
- ①可靠性、反應性、親切性、信任性  
②親切性、信任性、反應性、適切性  
③可靠性、親切性、信任性、適切性  
④可靠性、反應性、信任性、適切性
- 19.有關關係行銷，下列敘述何者錯誤？
- ①工業產品如何在廠商之間建立關係，以達成交易行爲  
②關係行銷是在說明服務組織如何吸引、維持及提升與顧客的關係  
③關係行銷是在建立顧客對企業的忠誠度  
④關係行銷主張產品或服務可以為顧客創造體驗
- 20.廠商把產品定位在較高的價格水準，使消費者對產品產生有名望或高品質的聯想(貴就是好)，而給予產品高度的知覺價值，此種定價方式謂之\_\_\_\_\_。
- ①成本定價法                      ②加成定價法  
③利潤定價法                      ④名望定價法
- 21.有關行銷通路與管理，下列敘述何者正確？
- ①通路不屬於行銷 4P  
②由製造商直接銷售產品給最終顧客的通路模式稱為零售商管道  
③批發商與零售商不屬於行銷通路  
④通路從製造商、批發商、零售商到消費者手中的過程，稱為流通
- 22.企業執行模仿者及適應者策略，是屬於下列何種策略？
- ①市場領導者策略                      ②市場挑戰者策略  
③市場追隨者策略                      ④市場利基者策略
- 23.顧客對廠商提供的產品或服務，所要支付之總成本與所獲得之總利益間的差值，謂之\_\_\_\_\_。
- ①顧客利益                          ②顧客價值  
③顧客知覺效益                      ④顧客評價
- 24.企業為了與消費者達到溝通的目，運用廣告、促銷、公共關係、人員銷售及直效行銷等五項工具，與消費者進行溝通，這五項工具又稱為\_\_\_\_\_。
- ①行銷組合                          ②推廣組合  
③廣告組合                          ④溝通



- 39.有關直銷的特徵，下列敘述何者錯誤？
- ①直銷需要投入大量資金  
②直銷不必受制時空因素  
③直接接觸消費者  
④可以全職或兼職
- 40.企業在為產品定價時，其考慮因素一般可分內部因素(即企業體)及外部因素(即環境)，下列何者是屬於內部因素的變數？
- ①利潤目標  
②價格認知  
③產品競爭  
④供需狀況
- 41.心理定價法大致可分畸零定價法、名望定價法、市場去脂法，下列何者是畸零定價法？
- ①提高進口車的價格  
②流行商品定高價格  
③晚餐二九九元  
④分期付款
- 42.下列何者不是無形產品的服務？
- ①理髮  
②家電用品  
③法律顧問  
④音樂會
- 43.產品可能擁有相同的特性，而這些相同的特性大略可分為產品功能、售價、購買者及銷售通路等所組成的一群產品項目，則這一群產品項目，謂之\_\_\_\_\_。
- ①產品線  
②產品群  
③產品深度  
④產品廣度
- 44.下列何者沒有區隔市場？
- ①飲料分為高糖與低糖消費者  
②汽車依車子的用途，分為商用車與RV車  
③提供高脂與低脂奶品，給不同年齡的消費者  
④僅提供一式早餐服務所有消費者
- 45.銷售人員依其工作角色，可分為三大類，下列何者不屬於這三類者？
- ①訂單爭取者  
②訂單接受者  
③銷售支援者  
④爭取高收入者
- 46.下列何者是屬於說服式廣告？
- ①家樂福天天最低價  
②愛之味推出番茄汁，告訴大眾茄汁有豐富的茄紅素，對身體健康有很大幫助  
③到中油加油最好  
④鑽石恒久遠、一顆永流傳
- 47.PZB 理論服務品質缺口模式主要是說明整體服務的過程，每一個接觸點都有可能出現缺口，其中缺口五是指消費者「預期的服務」與「感受的服務」之差距。下列何者是影響消費者「預期的服務」的因素之一？
- ①口碑溝通  
②公司的人手  
③服務人員未依標準程序作業  
④消費者不瞭解服務特性
- 48.\_\_\_\_\_就是品牌的價值，被視為企業的重要策略性資產(strategic asset)，包括品牌知名度、品牌忠誠度、品牌聯想與品牌感受品質。
- ①品牌權益  
②品牌認覺價值  
③品牌意識  
④產品價值
- 49.下列何者不是消費者市場的人口統計區隔變數？
- ①人格特質  
②性別  
③職業  
④教育程度
- 50.消費者購買決策過程始於下列何者？
- ①需求認知  
②資料蒐集及處理  
③方案評估  
④購買決策