

考試科目	工業與組織心理學	系別	心理學系 工業與組織心理學一般生	考試時間	2 月 22 日(六) 第四節
------	----------	----	---------------------	------	-----------------

一、一家公司最近推出新款的隨身包咖啡，想以高階定價策略進入咖啡市場。對公司而言，這是個全新的市場，身為行銷主管的您，需為此產品的行銷活動負全責：(本大題共二十六分)

1. 公司想以利益(benefit)來進行市場區隔(segmentation)，並以此進行市場定位(position)與產品廣告，因此請您提出此隨身包咖啡的市場定位與廣告內容的設計。(本小題八分)
2. 在您設計的隨身包咖啡廣告中，使用了哪些廣告訴求 (Advertising appeals)？(本小題六分)
3. 您認為消費者對此隨身包咖啡的購買行為，會受到社會階層(social class)的影響，請問您會如何測量消費者的社會階層？(本小題六分)
4. 有專家建議您可以使用刺激類化(stimulus generalization)的古典條件化理論來進行市場行銷，如此來提升消費者對此咖啡的學習效果，您會如何進行？(本小題六分)

二、一家本地大型的房屋銷售公司，由於業務擴展之需要，因此聘請您為公司的高階主管，負責公司的管理活動：(本大題共三十四分)

1. 目前公司對於業務人員的甄選 (selection)，完全採結構式面談 (structure interview)的方式，您認為適合嗎？(本小題六分)
2. 若公司想要新增加一種甄選工具，用來甄選業務人員，您會建議增加哪一種？(本小題八分)
3. 最近公司有一批新進業務人員，您會如何對這些新進人員進行社會化 (socialization)，以使他們能快速融入工作及組織中？(本小題八分)
4. 您認為房屋銷售公司適合何種組織結構 (organizational structure)？(本小題六分)
5. 若公司想要推行員工認可方案(employee recognition program)，委請您來進行規劃與推動，您會如何執行？(本小題六分)

三、解釋名詞(每小題四分，本大題共四十分)

1. Satisfaction-based pricing
2. Organizational politics
3. Consumer ethnocentrism
4. Theory of trying-to-consume model
5. Hybrid multitrait-multirater analysis
6. The behavior costing approach
7. The high-performance work practices
8. Diversity management
9. Socialized charismatic leadership
10. Employment engagement

備註 試題隨卷繳交