

科目：行銷學

系所組：織品服裝學系論文組

一、名詞解釋 (每一小題四分，共二十分) (20%)

- A. Product life cycle
- B. Vertical channel conflict
- C. Repositioning
- D. Comparison advertising
- E. Market penetration

二、問答題 (每一題二十分)

1. 試說明定價策略中成本導向(cost-oriented)定價以及需求導向定價(demand-oriented)的意義以及優缺點，並說明在平價服飾品牌適合哪一種定價法，為什麼？ (20%)
2. 影響消費者購買決策的因素中包括文化、社會、人口統計變數、心理因素等，其中心理因素中的知覺風險會影響消費者涉入程度(involvement)以及購買決策，請列舉三種會影響涉入的知覺風險種類。 (20%)
3. 廠商在實行 Multi-brand 時有其策略面的考量，請說明 Multi-brand 之目的與優缺點，並舉例輔助解釋之。 (20%)
4. 廣告是行銷管理中非常重要的策略之一，試問廣告的訴求有哪幾種類型，這些廣告訴求主要的考慮因素是哪些？你認為服飾品牌適合哪一種廣告訴求，為什麼？ (20%)

※ 注意：1.考生須在「彌封答案卷」上作答。

2.本試題紙空白部份可當稿紙使用。

3.考生於作答時可否使用計算機、法典、字典或其他資料或工具，以簡章之規定為準。