

開南大學 100 學年度碩士班招生考試試題卷

科目：行銷學（碩士班）

用紙第 1 頁共 2 頁

請將正確答案填寫於答案卷中

1. 開南大學創校迄今接近十一年，師資優秀、設備新穎、學風自由，面對少子化等大環境的威脅，校方認為推動「產學合作」是重要的校務施政之一。在推動「產學合作」之前，事先盡量做好完善的「行銷規劃」(marketing plan)和「行銷研究」(marketing research)是必要的工作。「產學合作」的主要重點工作之一是「讓學生多接受實用知識、提早接觸職場」。你被指派協助「讓學生多接受實用知識、提早接觸職場」這項產品。請問(以下有四小題，任選其中三小題回答，每小題 10 分)：

- (1) marketing 和 sales 有差別嗎？marketing organization 和 sales organization 有何差異？什麼是 marketing concept？
- (2) 你幫忙擬定的 marketing plan 之簡要內容是什麼？
- (3) 你預定執行的 marketing research 之步驟為何？執行 marketing research 需要一筆不小的預算，你如何說服校方高層，這筆開支是必要的？
- (4) 關係行銷(relationship marketing)是推動這項產品的重要策略，你將如何執行？

2. 社群網站 耶誕採購新通路？

作者：【許惠晴】 2010/11/24

【節慶行銷秀】北美最大採買旺季在感恩節前夕開跑，消費者除了準備自家過年過節禮品外，還要張羅贈送親友的禮物。品牌透過社群網站，推出了哪些新鮮服務？可以看出哪些數位趨勢？

「哇！Cold Stone 冰淇淋在網路上開賣了嗎？」女孩發出疑惑的聲音，一邊看著網頁上的價格，一邊忙著點選喜愛的口味，搖滾甜心、草莓狂想曲……等，選完想要搭配的餅乾後，馬上按了送出。這時才察覺剛剛選購的產品，變成一張張禮物券 (Gift Card)，而網站跳出來的視窗，竟是要你在 Facebook 上挑選要贈送的朋友。究竟這是賣冰淇淋，還是在賣卡片？社群媒體有多強大，可以從這讓女孩傻傻分不清的網站來看看。

適逢一年一度的感恩節與耶誕節，美國社群媒體圈吹起的也是一股濃濃節慶風。除了傳遞祝福的訊息，社群媒體還能幫上什麼忙？在歐美國家，早有一種送禮文化所產生的產品，稱為禮物券，消費者可以在不同的通路、商店，購買品牌專屬的卡片，當做禮物贈送。例如你可以走進紐約知名的梅西百貨 (Macy's) 或是其他有銷售禮物券的通路，買一張面額 100 美元、設計精良，專屬於梅西百貨的 Gift Card，送給親朋好友，讓他們在梅西百貨消費。

腦筋動得快的網路業者發現，何不結合社群網站來贈送禮物券，所以電子禮物券社群網站

請翻背面繼續作答

開南大學 100 學年度碩士班招生考試試題卷

科目：行銷學（碩士班）

用紙第 2 頁共 2 頁

請將正確答案填寫於答案卷中

(e-gift social) 就應運而生了。首先，民眾可以進入 e-gift social 網站，下方會看到許多品牌的 LOGO，就像你到大賣場挑選禮物券一樣，無論是酷聖石冰淇淋 (Cold Stone)、超級市場 Kmart，還是 Sears 百貨公司都任你挑選。接著，點選完你 (或是受贈者) 心儀的品牌，映入眼簾的是他們的幾項熱門商品，等全部流程完畢，網站會請你登入 Facebook 決定受贈朋友是誰，最後結帳後，對方就會收到電子的禮物券，他們的塗鴉牆上也會顯示收到禮物了。

據報導，Kmart 和 Sears 相當積極加入，星巴克與亞馬遜苦心經營多時的電子禮物券市場，他們認知到電子商務一直是不可逆的趨勢，也有龐大的潛在市場，如能結合新興的社群網路平台，所造成的效益相當可觀。因為透過社群媒體來傳播品牌，似乎可以完全滲透到消費者的生活中，而當你在網路上購買及贈送 Gift Card 時，同時透露了購買的行為，品牌形象也會藉此傳遞出去。

根據 Javelin 策略與研究公司指出，網路購買禮品正在蓬勃發展，到 2014 年時，營業總額預計達到近 60 億美元 (約合新台幣 1,920 億)。實際上，透過 Facebook 在網路上購買禮品、卡片，似乎是一個合乎邏輯的購買通路，讓越來越多業者在社群網路找到自己生存方式；不過另一方面，消費者會不會響應這些電子商城，進而取代外出挑選禮品，值得品牌去思考。動腦網站

www.brain.com.tw

假設你是一家「瘦身健康食品」公司行銷經理人，想利用電子商城發展行銷策略，請問(每小題 10 分)：

- (1) 什麼是互動式行銷(interactive marketing)，與被動式行銷(reactive marketing)？
 - (2) Facebook 等社群網站是否一定具有優勢？其可能使企業面臨的威脅為何？身為公司行銷經理人你該如何利用 interactive marketing 增加品牌形象？
3. 請分析星巴克(Starbucks)形塑新的品咖啡文化？(25%)
4. 上一代的人：買了菜，再拿一把「免費」的蔥；
下一代的人：先拿一把「免費」的蔥，再考慮要不要買菜。
如果您是老闆，試分析此二種顧客差異？(25%)

請翻背面繼續作答