

國立高雄第一科技大學 101 學年度 碩士班 招生考試 試題紙

系所別：行銷與流通管理系

組別：甲組

考科代碼：1341

考科：行銷管理

注意事項：

- 1、本科目不得使用電子計算器。
- 2、請於答案卷上規定之範圍作答，違者該題不予計分。

1. 以下是一段節錄自網路上 TVBS2012 年 2 月 21 日下午 6:20 的「NBA／「豪」帶動 MSG 股價飆 投資報酬 300 倍」報導，內容提及「林書豪爆紅，連帶使得尼克隊所在的紐約『麥迪遜花園廣場』，也受到矚目，這個地方除了舉行 NBA 籃球賽，也是紐約舉辦演唱會的重要表演場地，附近的餐廳、美食街，更形成一個重要商圈，尼克所屬的 MSG 集團，因為林書豪股價狂漲，以林書豪現在的年薪來算，尼克隊簽下林書豪，投資報酬率達到 300 倍之多。」請您試著由行銷學科中之「運動事件行銷」及「整合行銷傳播」兩項觀點以剖析為何能夠造成如此爆紅呢？(15%)
2. 近年來，坊間職場或學術領域不乏見到各類冠以「○○行銷」方面的書籍論著或探討議題，如體驗行銷、時尚行銷、運動行銷、學校行銷及互動行銷等。針對此種現象。您認為正反映了有關「行銷」一詞在當前人類社會或學術領域中所扮演的哪些角色？而行銷與產業經營哲學是一種主義，亦為一種力量，請試述行銷管理哲學各時期之演進與重點，並提出您個人對如此演進階段的批判與質疑。(15%)
3. 態度是行銷管理及消費者行為研究的核心議題，透過態度，行銷管理者可以整合社會影響力、與個人認知因素對於消費者行為的影響，下表為費雪賓模式(Fishbein Model)，請您試著討論消費者可能選擇之行為。(20%)

對球鞋重視之屬性	評價權重	品牌 A	品牌 B	品牌 C
吸震性	+2	+2	+1	-1
價格低於\$500 元	-1	-3	-1	+3
耐久	3	3	1	-1
舒適	3	2	3	1
喜歡的顏色	1	1	3	3
氣墊	2	3	1	-2

4. 試說明品牌在定位時，競爭參考框架(competitive frame of reference)、類同點(points of parity)、類異點(points of difference) 指的是什麼？三者間的關係又如何？(25%)
5. 連鎖商店經營將經營的觸角延伸到私有品牌(private brands) 以提升毛利與品牌價值。試從使用「輔助品牌聯想(leveraging the secondary brand associations)」角度，提出5種方式，以提昇7-Eleven之「City Cafe」的品牌權益 (brand equity)。(25%)