

國立高雄第一科技大學 100 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：1331

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. 所謂「創新不見得會讓你的企業成功；但企業若不創新，一定會招致滅亡」。請說明並以實際案例個案比較何謂「服務創新」與「創新服務」？(5%)；以及從「行銷管理」學科領域觀點，請剖析當從事「創新」時需具備哪些方面的知能？(5%)
2. 若有一段報導是如此：「隨手翻開一本雜誌或者打開電視，行銷廣告就會像潮水一般向你湧來，這些廣告不外乎是告訴你如何去花費時間或金錢。不管是啤酒、理財產品、勞力士手錶或是封口塑膠袋，廣告商們一如繼往地宣傳與金錢或時間概念有關的主題。例如，福爾傑咖啡提醒你『最美妙的清晨莫過於一杯熱氣騰騰的福爾傑咖啡』、花旗銀行建議客戶要『生活要富有』、本田汽車公司在清倉活動時的廣告詞『省錢的感覺多好，不是嗎？』、統一超商『您方便的好鄰居』及全聯社系列廣告等，雖然關於時間和金錢的說法層出不窮，但是，關於產品與這兩個概念間之聯繫是如何影響消費者態度和行為的研究卻非常少」。針對這些內容，請問「時間」如何扮演為影響消費者行為之情境因素？(15%)
3. 果然是「人如其名」嗎？莎士比亞曾在其作品《羅密歐與茱麗葉》中說：「一個名字裡頭，到底埋藏了哪些鮮為人知的祕密呢？它又有哪些特殊魅力呢？就拿你我熟知的玫瑰花來說好了。即使它換了一個名稱，它的迷人芳香，依然會深深吸引著我們去憐愛，不是嗎？」的確，取了一個出眾的 brand 名，能夠讓企業體從此飛黃騰達。如果命名不慎，也可能讓自己、讓商品在旦夕間陳屍疆場。顯然已經是 21 世紀一個極端重要的課題了，您認為呢？(5%)若以商品為例，則請說明「商品命名」有哪些心理效應？(5%)且當前在實務應用上，可歸納出有哪些商品命名法呢？(5%)
4. 在進行行銷企畫實務時，有人認為「創意跟著感覺走，而突發奇想往往就變成一項競爭策略」，但更多人認為需輔以一些「關鍵密碼」方得以成就，如強調所謂「執行力」或「軟實力」的運用，請根據您在學校課程所學來分析有哪些「力」是必要的呢？並說明這些「力」是如何攸關於企業行銷經營績效？在回答時，請以企業案例或書籍著述來加強您的論證。(10%)

5. Why are most of consumers willing to pay higher prices to well-known brands than to unknown brands? Please explain your argument (at least 5 reasons) from the perspective of brand value. (25%)
6. A company can choose from a number of different positioning strategies. Match the positioning strategy in column (I) with an example (slogan of a brand) of that positioning strategy from column (II) (25%).

(I) Positioning Strategy	(II) Example
1. Positioning by attribute: Associating a product with a particular feature	a. “克蟑：蟑螂的剋星！”
2. Positioning by benefit: Associating a product with a special customer benefit	b. “Preference by L’Oreal. It costs a little more, but I’m worth it.”
3. Positioning by product category: Associating the product with others in a similar product class	c. “7-Up is the Uncola. It’s lighter and more refreshing.”
4. Positioning by quality/price: Using price as a cue to higher quality, with higher quality being reflected in more features and/or services	d. Citibank: “A city never sleeps.”
5. Positioning by use/application: Associating the product with a use or application	e. Taiwan Beer: “呷米統青!”