

科目：行銷學

系所組：織品服裝學系論文組

一、名詞解釋：共 30 分

1. Odd-Even Pricing (also called "Price endings") (5%)
2. Private Labels (5%)
3. Direct Marketing (5%)
4. Reference Groups (5%)
5. Horizontal channel conflict (5%)
6. Brand Equity (5%)

二、問答題：共 70 分

1. 廠商在進行品牌延伸 (Brand Extension) 時有其策略面的考量，(1) 試分別陳述品牌延伸的優缺點；(2) 請說明一個成功的品牌延伸有哪些關鍵性的要素？ (20%)
2. 近年來隨著網路科技的快速成長，透過網路行銷的虛擬通路已經是廠商的重要銷售通路之一，你認為廠商如果要進行網路行銷，應該要考慮那些因素？請從行銷管理的 4p 觀點討論之。(15%)
3. 服務業產值佔國民生產總值的百分比逐年增加，預期未來幾年也將持續成長，請列舉服務的四種特徵(Service characteristics)，並且分別說明四種特徵的內涵。(20%)
4. 在服飾產業中，平價服飾品牌競爭非常激烈，一般而言，訂價除了需求與成本之外，還有其他因素的考慮，請說明訂價策略除了成本與需求的因素之外，還要考慮哪些因素？ (15%)

※ 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。