

國立臺北大學 107 學年度日間學士班暨進修學士班轉學生招生考試試題

系（所）組別：休閒運動管理學系日間學士班 2 年級

科目：行銷學

第 1 頁 共 1 頁

可 不可使用計算機

一、解釋名詞（每題 5 分，共 25 分）

1. 品牌權益 (brand equity)
2. 永續行銷 (sustainable marketing)
3. 大數據 (big data)
4. 展示廳現象 (showrooming)
5. 購物者行銷 (shopper marketing)

二、問答題（共 75 分）

1. 請說明並舉例何謂顧客終身價值以及顧客權益。(12 分)
2. 請說明並舉例何謂全通路零售(omni-channel retailing)。(6 分)
3. 根據對於新產品採用時間的早晚，消費者依照時間早至晚可分為哪五類？(10 分)
4. 目標市場的選擇就不同範圍大小而言可以分為哪四類？請列出並舉例。(16 分)
5. 新產品定價策略有哪兩種？請說明並舉例。(8 分)
6. 請列出產品生命週期的四個階段。(8 分)
7. 請說明垂直行銷體系(vertical marketing system)與一般配銷通路(conventional distribution channel)之間的差異。(5 分)
8. 就全球市場而言，國家之間可採取的貿易限制手段有哪些？(10 分)

試題隨卷繳交