

銘傳大學 105 學年度寒假轉學生招生考試

廣告暨策略行銷學系

第二節

「行銷原理」試題

(第 1 頁共 1 頁) (限用答案本作答)

可使用計算機 不可使用計算機

I. 問答題 (100%)

- 一、消費者的購買決策程序，通常包括了哪六個步驟？請舉某產品或服務說明之。(20%)
- 二、為精準定位目標消費者或客戶，會採取 STP 行銷的作法。請說明何謂 STP 行銷？(20%)
- 三、服務與實體產品間行銷活動有所不同，兩者間的差異主要表現在哪些特性？請舉例說明之。(20%)
- 四、請問刮脂訂價(Price Skimming)與滲透訂價(Penetration Pricing)的差別？並以某產品或服務為例，來說明採取哪種策略較佳。(20%)
- 五、何謂推廣組合(Promotional Mix)？請簡述之。(20%)

試題完