

東吳大學 111 學年度碩士班研究生招生考試試題

第1頁，共1頁

| | | | |
|----|-------------------------|------|--------|
| 系級 | 國際經營與貿易學系碩士班B組(國際企業與行銷) | 考試時間 | 100 分鐘 |
| 科目 | 行銷管理 | 本科總分 | 100 分 |

※一律作答於答案卷上(題上作答不予計分)；並務必標明題號，依序作答。

一、訂價是行銷組合中相當重要的一環，實務上廠商常針對不同類別消費者制定不同價位，即實施所謂差別取價措施，請問廠商常依據哪些因素設計差別取價？(25分)

二、請描述行銷通路成員所扮演的功能 (channel member functions)，此外，請解釋面對全通路零售趨勢下的 OMO 行銷概念。(25分)

三、服務具有無形性 (intangibility) 與品質變異性 (variability) 問題，請問服務業者應如何擬定解決方案？(25分)

四、請依據產品生命週期不同階段，說明適合的行銷目標，以及行銷溝通策略。(25分)