

東吳大學 112 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。

1. 請解釋下名詞：

- (1) 社會行銷觀念 (Societal Marketing Concept) (10%)
- (2) 顧客佔有率 (Share of Customer) (10%)
- (3) 內部行銷 (Internal Marketing) (10%)
- (4) 認知失調 (Cognitive Dissonance) (10%)
- (5) 腦神經行銷 (Neuromarketing) (10%)

請閱讀以下個案資料，再回答第 2~3 題。

《個案：納智捷的新電動車 Luxgen N7》

2022 年 10 月 18 日鴻海發表 Model B 和 Model V 兩款全新電動車，同時也展示量產版的 Model C，Model C 量產版預計在 2023 下半年就能陸續交車。鴻海是透過 MIH 電動車開放平台 (Mobility In Harmony Open EV Platform)，打造多種開放式車輛架構，也就是車廠原型，然後銷售給下游的車廠顧客，讓車廠能夠快速、低成本推出自家品牌的電動車。

鴻海這些「Model」是要賣給車廠顧客，而不是賣給消費者。像是鴻海的 Model C，在台灣賣給納智捷。納智捷是裕隆汽車在 2008 年轉投資成立的全資子公司，也是裕隆汽車於 2009 年正式發表的自有品牌 Luxgen。鴻海與合作夥伴裕隆汽車負責 Model C 的三電系統，納智捷自行設計內裝、配備、懸吊和外形，最後基於 Model C 的 Luxgen N7 就誕生了。

資料來源：<https://www.honhai.com/zh-tw/press-center/events/foxconn-events/901>

2. 請分析納智捷新電動車 Luxgen N7 的 S T P。(25%)

3. 有關新產品的訂價：

- (1) 請說明兩種常見的新產品訂價策略。(15%)
- (2) 納智捷的新電動車 Luxgen N7 要選擇上述哪一種新產品訂價策略比較適宜？請說明理由。(10%)