

國立台灣大學商學研究所博士班入學考試試卷(88學年度)

科目 行銷管理

第 / 頁 / 共 / 頁

- 一、耐吉(NIKE)公司在86年推出新產品「喬登十三代籃球鞋」時所採取的行銷手法為：「平面廣告以鞋盒設計為主角，廣告裡既沒有產品圖片，也沒有球鞋相關的隻字片語介紹。消費者在廣告裡只看到球鞋盒，鞋盒包裝外標示著產品名稱、型號，以及產品網址。而在中文網站內，當滑鼠游標點入站址後，首先會分別聽到跑者喘息聲與運球、投籃聲響，有如身歷其境。接下來才是產品功能介紹、設計理念、球鞋的故事。」請試由消費者購買過程及影響因素的觀點，評述以上行銷策略。(25分)
- 二、何謂「80/20原則」？此原則在行銷上有何涵義？試申述之。(25分)
- 三、網路購物是一個新興的購買方式，請(1)預測此一購物方式的未來市場發展潛力，(2)請描述會採取網路購物的消費者通常具備那些特質。(3)何種產品比較適合在網路上銷售。(25分)
- 四、國內廣告業近年來的廣告手法不斷推陳出新，最近某提供瘦身服務的公司請出一位多年前在國內頗具知名度的模特兒，在電視廣告上宣稱，她將在七個月內將目前相當肥胖的身材恢復從前窈窕的身材。請評析此種廣告方式的效果與優缺點。(25%)

試題請隨卷繳回