

國立台灣大學商學研究所博士班入學考試試卷 (89 學年度)

科目 行銷管理

第 / 頁 / 共 / 頁

- 一、態度是影響消費者行為的主要因素，請說明態度的意義、態度之組成要素、相關的態度理論、以及企業可以如何運用**推廣策略**來改變消費者的態度？(25 分)
- 二、(1)企業採取差異化策略時，通常有那些作法？(2)請說明品牌權益 (brand equity) 之意義。(3)請說明差異化策略與品牌權益之關係。(25 分)
- 三、試先定義“訂價”一詞？訂價的主要基礎是什麼？無論是經濟學派或行為學派均衍生出不同的訂價策略，試從主要的訂價基礎為出發，各指出至少兩種以上的訂價策略，且加以評述。(20 分)
- 四、何謂創新擴散 (Diffusion of innovation)？創新擴散與潮流 (fad) 有那些差異？主要影響創新擴散有那些因素？針對這些影響因素，行銷人員可以有那些作為或行銷手段可以加速產品之擴散？目前有那些主要研究，這些研究有那些瓶頸，就這些瓶頸，亦請提出未來研究可能的方向？(30 分)

試題請隨卷繳回