

國立台灣大學商學研究所博士班入學考試試卷 (97 學年度)

科目 行銷管理 (考試時間 2 小時)

第 1 頁 / 共 1 頁

1. 請以顧客導向(customer orientation)為主題，寫出一系列你認為有研究價值的研究假設。另請提出兩種不同的研究方法，分別說明應如何運用這兩種方法對你所提出的系列假設進行實證研究。(50%)
2. Brand Extension or Brand Leverage 是企業重要行銷決策，請(1)列出與 Brand Extension 相關的研究假設，但需說明各假設之理論或推理基礎，(2)說明你將採用的研究設計，包括 conceptual definition, operational definition or measures, samples, analytical methods, etc. (50%)

試題請隨卷繳回