

國立台灣大學商學研究所博士班入學考試試卷（98 學年度）

科目 行銷管理（考試時間 2 小時） 第 頁 / 共 頁

- 1.如果請你進行一個研究以瞭解國內消費市場中景氣因素、產品屬性、品牌忠誠、價格敏感度和相關人口統計變數之間的各種因果關係，你會提出怎樣的一系列假設？請清楚列出各假設，並具體說明提出各假設的理由。（25%）
- 2.有些人主張行銷者應隨時瞭解市場上的動態，根據行銷研究所掌握的顧客需求去設計產品或服務。但也有人認為顧客永遠不知道自己的需求是什麼，因此主張行銷者應該依憑己身經驗所累積出的市場洞見(insight)，推出不在顧客想像中但確能滿足顧客潛在需求的商品。請說明你對於以上 “led by the customer” 與 “lead the customer” 這兩種不同主張的見解。（25%）
- 3.心理定價(Psychological pricing)是定價策略中之一項重要學術研究領域，請列舉至少五種心理定價之方式或作法，並說明每一項之理論依據。（25%）
- 4.服務業在各國之經濟發展已佔有重要地位，試問，服務要如何加以分類才能提供行銷決策之依據？請列舉至少五種關於服務之分類方式，並說明其在行銷上之應用。（25%）