

1. 請確認及說明行銷觀念演進的 5 個時期。(10 分)
2. 請確認及說明有效的行銷計畫應包含哪些主要的步驟及內涵。(15 分)
3. 請確認及說明消費者購買決策的 5 個步驟。(15 分)
4. 請確認及說明有效區隔市場的條件。(15 分)
5. 請說明產品組合的寬度、長度、深度及一致性的意義。(10 分)
6. 請確認及說明行銷經理人對可能採用的 4 種產品線定價方式。(15 分)
7. 請說明集中配銷、選擇配銷及獨家配銷等 3 種配銷密度的意義。(10 分)
8. 請說明“推”與“拉”的推廣策略的意義。(10 分)