

一、解釋名詞(共二十分，每題四分)

1. 市場潛能(Market potential)
2. 選擇性需求(Selective demand)
3. 產品線的廣度與長度
4. 垂直行銷系統(Vertical marketing system)
5. 定位優勢(Positional advantage)

二、簡答題(共二十分，每題五分)

1. 試說明及比較需要(Demand)與欲求(Want)兩個行銷基本概念。
2. 行銷通路有那些基本功能？
3. 何謂價格上限(Price ceiling)與下限(Price floor)？
4. 試比較廣告與促銷(Sales promotion)在推廣(Promotion)效果上的差異。

三、申論題(共六十分，每題二十分)

1. 當企業推出創新產品時，可能採取的價格策略為何？試說明基本情況考慮及可能的優缺點。
2. 何謂競爭優勢？企業若欲在市場中取得競爭優勢，有那些策略選擇？試詳細說明之。
3. 波士頓顧問集團(Boston Consulting Group)的成長－市場佔有矩陣(Growth-Market share Matrix)所使用的兩個構面為何？在策略分析及擬訂上有何意義？試詳細說明之。