

一、解釋名詞(共四十分，每題五分)

1. ecological marketing
2. relationship marketing
3. internal marketing
4. enduring involvement
5. odd price
6. corporate identity system
7. routinized response behavior
8. AIDA process

二、申論題(共六十分，每題二十分)

1. 通路衝突發生原因為何?解決衝突的方法有那些?
2. 相對於傳統通路，大型零售商之議價談判力愈強，對供應商產生何種影響?供應商應如何因應?
3. 有關消費者行為方面，試比較 Howard-Sheth 模式與 Bettman 模式之特性差異?