

中華郵政股份有限公司 114 年職階人員甄試試題

職階／甄試類科【代碼】：專業職(一)／郵儲業務甲【A11108228-A11108230】

第一節／專業科目(1)：消費者行為概要及行銷管理概要

*入場通知書編號：_____

注意：①本試卷為一張單面，非選擇題共 4 大題，每題各 25 分，共 100 分。

②非選擇題題型，請標示題號並作答於各題的指定作答區內。

③請勿於答案卷上書寫應考人姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。

④答案卷務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

第一題：

消費者行為(consumer behavior)可以定義為「人們在獲取(obtaining)、消費(consuming)與處置(disposing)產品與服務時，所進行的活動(Engel, Blackwell, & Miniard, 1986)」。若您是企業的行銷人員，需要研究目標市場的消費者行為，試問您覺得需要了解消費者在「獲取」、「消費」、「處置」三個階段的哪些行為？【25 分】

第二題：

Everett M. Rogers 對「創新擴散理論」(Innovation Diffusion Theory)提供重要見解，並將「創新擴散」定義為「一項『新事物』透過傳播管道，逐漸為某些特定族群成員所採用的過程」。請回答下列問題：

(一) Rogers 提出了擴散曲線，將採用者分成創新者(Innovators)、早期採用者(Early Adopters)、早期大眾(Early Majority)、晚期大眾(Late Majority)與落伍者(Laggards)等五種類型。請問這五種類型的消費者，各具有哪些特質？【15 分】

(二) 請問創新擴散成功的主要因素有哪些？【10 分】

第三題：

行銷策略通常是建立在消費者行為的基礎上。消費者在購買行為中，常有 5 種不同的角色，行銷人員應瞭解在產品的銷售過程中，什麼人扮演什麼角色，以帶動這些角色來促進銷售。請回答下列問題：

(一) 請簡要說明消費者的 5 種「角色」分別為何？【15 分】

(二) 以姊姊想出國遊學為例：家庭成員：爸爸、媽媽、姊姊、弟弟，就以下陳述情境，分別說明各成員在購買過程中所扮演的角色為何？【10 分】

姊姊說：媽，我暑假想去美國學英文。

媽媽說：ㄟ，美國很遠，妳又未成年，我不放心。

爸爸說：去闖闖也不錯。

弟弟說：媽，我也要去！我可以順便監督姊姊有沒有偷交男朋友。

經過爸媽商討，決定讓 2 個孩子去臺灣學中文，媽媽接洽遊學團、買機票。

第四題：

STP 在行銷學中是重要的觀念，也是幫助企業或組織能降低進入市場的障礙，贏得進入市場取得先機的關鍵因素，在完成 S (市場區隔) 後，下一步驟即是綜合考慮市場情況 (如規模、成長率、風險等)，競爭者 (如家數、規模、競爭策略) 及企業本身 (如目標、資源、優勢) 等，從不同區塊中選擇某一個或某一些區塊作為 T (目標市場)，依不同目標市場的有 6 種常用的行銷方式，請列出 4 種行銷方式並簡要說明各行銷方式的意涵及可能面臨的風險。【25 分】