

1. 針對台灣業界的現況，請分別舉出兩個以心理變數與行為變數進行區隔的產品例子，並說明廠商在不同的區隔方式下，針對其目標市場，應如何有效搭配行銷組合？(25%)
2. 推廣組合的內涵為何？在不同的情境下(例如你可以考慮以產品生命週期作為情境變項)，如何擬定有效的推廣策略？(25%)
3. 消費者購買程序為何？為了提升消費者對公司產品的好感與消費的機率，行銷人員在每個購買程序中，相對應的策略或作法為何？(25%)
4. 解釋名詞(25%)
 - A. market positioning
 - B. diffusion of innovation
 - C. interactive marketing
 - D. discriminatory pricing
 - E. markup pricing