

系所(組)別：國際貿易學系

M-8-5

考試科目：行銷學

- 一、 Effectively marketing planning is needed for each business in order to help the company to attain its overall strategic objectives. List the primary steps and a brief description of a marketing plan. (20%)
- 二、 Define the e-business, e-commerce, and e-marketing. Discuss the difference between the concepts. (15%)
- 三、 Define the mass marketing, segment marketing, niche marketing, and micromarketing strategies. Identify the difference between these strategies (15%)

四、 ● 個案題

請先閱讀完下列新聞個案內容後，回答以下問題。

台灣一向以發展觀光產業自豪，但近年來亞洲其他國家之努力，吸引不少原本會至台灣旅遊之外籍觀光客，使得台灣觀光主管單位，不得不更積極舉辦活動，以期吸引觀光客來訪！

2006年觀光局動支8,500萬元預算，推動「日本韓國地區國際宣傳媒體計畫」，延請台灣最紅的偶像F4拍攝觀光廣告片，另外還要拍攝20到25集的偶像劇。據了解，光是片酬就支付4,000萬元以上的預算。

觀光局表示，這項觀光宣傳提案將在簽約後1年內，需完成20到25集的影集，並且必須在日韓的主要電視頻道上播出。而拍攝重點要將台灣8大景點：故宮、台北101、日月潭、阿里山、玉山、高雄愛河、墾丁、太魯閣，4大特色：美食、夜市、24小時的旅遊環境、人民友善熱情好客，全部拍攝入境。而觀光局在東南亞地區的推廣，則是邀請阿妹擔任代言人，預算預計是7,000萬元。

2007年觀光局延請了偶像團體 F4 代言台灣觀光，上半年在台北舉辦國際歌友會，現場有五千位日韓粉絲 High 翻天，不僅有七十歲老奶奶粉絲追星，甚至有歌迷太過激動而昏倒，熱情粉絲更猛掏腰包購買 F4 的相關商品。觀光局估計，光是一場歌友會，五千位日韓粉絲帶來的觀光效益超過兩億台幣，為推廣台灣觀光做了一次漂亮出擊。而在 2007 年 10 月在台北舉辦的第二場日韓歌友會，同樣現場爆滿，以同樣估算方式，又為台灣觀光進帳兩億。

日韓去年來台旅客已創下 136 萬餘人次新高紀錄，觀光局乘勝追擊，計畫繼續舉辦類似活動。為回饋國際粉絲的熱烈支持，觀光局也宣布後續推展觀光活動，觀光局長賴瑟珍指出，由 F4 拍攝的三十秒、四十五秒電子廣告及平面廣告，於四月底完成，將介紹台灣各重要觀光景點，五月份在台灣舉行發表記者會，六月份首先在日韓報章雜誌刊登平面廣告，八月份鎖定電子媒體廣告，預計十二月底前往日韓舉辦 F4 偶像劇宣傳記者會，希望將「Wish to see you in Taiwan」意象，深植到日韓等各國民眾心中。

因 F4 的廣告效益驚人，由張惠妹擔任代言人的港星馬地區，觀光局正著手招標，將選出新的代言人，希望新代言人魅力能如同 F4 一般，吸引更多港星馬民眾來台旅遊。

1. 請說明代言人或推薦人之廣告效果，主要來自哪三方面？您認為最適合台灣的代言人為何？應該具備哪些條件？(20 分，20%)

2. 假若您為某旅行社行銷企劃人員，請規劃吸引國外觀光客之「市場區隔、目標市場選定和定位」與「4P 組合策略」。(30 分，30%)