

## 中國文化大學 99 學年度碩士班考試入學招生考試

系所組：國際貿易學系碩士班一般生

日期節次：99 年 3 月 13 日第 2 節 11:00 -12:30

科目：行銷學

一、

1. A company's product mix has four important dimensions: width, length, depth, and consistency. Define or characterize each. (10 分)
2. Discuss and explain the pricing technique of target costing. (10 分)
3. Define physical distribution and characterize the major functions performed within a physical distribution system. (10 分)
4. Define and justify the need for integrated marketing communications. (10 分)
5. Explain push and pull promotion mix strategies for reaching the market. (10 分)

二、

● 解釋名詞(20%，20 分，每題五分)

1. 封閉式問項
2. cost focus 策略
3. 資訊搜尋
4. reseller market

三、

● 個案題 (30%，30 分)

請先閱讀完下列新聞個案內容後，回答以下問題。

\*\*\*\*\*

豐田汽車是日本最大汽車廠，在多年努力結果，超越美國通用汽車，成為世界車壇霸主。豐田汽車早在 2002 年立下遠大的目標，要在 2010 年前擁有全球 15% 的汽車市場，超越通用汽車，成為全球最大汽車製造商。

八年後的豐田確實成為全球最大汽車製造商，但追求快速成長卻犧牲了豐田賴以稱霸市場的品質。豐田汽車生產方式專家 James Womack 說：「當品質代表一切時，任何瑕疵都是嚴重的事。」

豐田汽車近年來為了追求銷售成長，放棄了緩慢穩定成長時期採用的經營方式，例如決定不再向長期合作的日本供應商購買零件，而轉向全球各地的業者購買。這次暫停生產銷售的汽車踏板便是供應商在加拿大工廠的產品。

對豐田汽車而言，停產與停售的時機正值全年市場最清淡的時候，但豐田汽車未來將在美國市場面對更棘手的問題，即高品質與安全的信譽受損。

\*\*\*\*\*

1. 請說明您為案例公司總經理，依據競爭策略理論，您會如何調整競爭策略？(30 分，30%)