

測驗

甲部：多項選擇題（@1，總計 9 分）

1. 下列哪項為市場研究過程的第三步？
 - A. 界定研究問題。
 - B. 選擇合適的研究方法。
 - C. 決定抽樣計畫。
 - D. 分析數據。

2. 下列哪項為開放式選項問題的優點？
 - A. 容易把回應分類。
 - B. 研究人員對研究主題有深入的認識。
 - C. 受訪者易於表達意見。
 - D. 研究人員能避免開放式問題的缺點。

3. 進行市場研究時為何要進行直接的個人觀察？
 - A. 獲取充足的回應。
 - B. 觀察參加者的行為。
 - C. 訪問受訪者。
 - D. 避免溝通問題。

4. 在產品銷售初期制定較高價格的定價策略稱為：
 - A. 經濟定價。
 - B. 滲透定價。
 - C. 撇脂定價。
 - D. 溢價定價。

5. 下列哪項不是市場推廣的目的：
 - A. 按時送貨。
 - B. 提升銷量。
 - C. 加強人們的認識。
 - D. 建立形象。

6. 當商品處於產品生命週期的衰退期時，下列哪項是有關推廣費用的影響？
- A. 推廣費用高。
 - B. 推廣費用上升。
 - C. 推廣費用沒有變動。
 - D. 推廣費用降低。
7. 「消費者花大量時間收集資訊再作決定」的購買行為稱為：
- A. 有限決策。
 - B. 延展性決策。
 - C. 無限決策。
 - D. 習慣性反應。
8. 假設你要到日本度假，下列哪項並非評估其他替代選項的準則？
- (i) 假期的長短。
 - (ii) 旅費。
 - (iii) 日圓匯率。
 - (iv) 旅行社提供的服務。
- A. (i)、(ii) 及 (iii)
 - B. (i)、(ii) 及 (iv)
 - C. (i)、(iii) 及 (iv)
 - D. 以上均可
9. 下列哪項並非團購的特點？
- A. 已成立團購網站。
 - B. 賣家大幅折價出售產品。
 - C. 買家需於收貨時付款。
 - D. 是預付購物的一種方式。

乙部：短答題（20 分）

1. 試述利用開放式問題進行市場研究的優劣。 (6 分)

2. 試指出並解釋下列商品處於產品生命週期中哪一個階段。 (5 分)
 - (a) 新型號的智能手機仍在研發階段，還未出售。
 - (b) 某智能手機型號正面對市場激烈競爭。

3. 試述購買數碼相機的購買過程。 (9 分)

建議答案：

甲部：多項選擇題

1. B	2. D	3. B	4. C	5. C
6. A	7. D	8. B	9. D	10. C

乙部：短答題

第 1 題

(@2, 總計 6 分)

優點：

- 受訪者可自由作答，不受研究人員提供的特定選項所影響。
- 能把研究人員在設計調查時未為意，但最為受訪者所關注的議題呈現出來。

缺點：

- 收集所得的數據為文字，分析需時。

第 2 題

(a) 新型號的智能手機仍在研發階段，還未出售。

(3 分)

介紹期：因為產品尚未發售，生產商嘗試令人們認識產品，開發市場。

(b) 某智能手機型號正面對市場激烈競爭。

(3 分)

成熟期：因為經過成長期後收入大幅上升，吸引其他研發商加入市場，企圖分享可觀收入，因此這階段通常會出現競爭激烈的情況。

(總計 6 分)

第 3 題

- | | |
|-----------|--------------------|
| 1. 察覺問題 | • 需求一部新相機。 |
| 2. 蒐集資料 | • 通過互聯網及宣傳單張等媒介搜尋。 |
| 3. 評估不同選擇 | • 評估品質和價格等，再作決定 |
| 4. 購買決策 | • 選購符合評估準則的型號。 |
| 5. 購買 | • 根據決定購買。 |
| 6. 購買後檢討 | • 檢討相機是否合用。 |

(@1.5, 總計 9 分)