



臺中健康暨管理學院

九十三年學年度碩士在職專班招生考試試題紙

系 所 別	組 別	考試科目	考試日期	時 間	備 註
經營管理研究所碩士在職專班	--	管理個案分析	93.4.25	10:30-12:10	共兩頁

※ 請任選四題作答，每題 25 分

- 一、在國內國人使用手機的普及率已相當高，尤其在最近一年來，手機功能的多元化，除通話之外，兼具上網、照相及 PDA 等諸多功能。假設您目前所使用的是一支老舊(如 MOTOROLA 的小海豚)手機，因您的工作環境與業務的需要，促使您想要換購一支具有多功能的手機，試請依據消費者行為分析架構，申述您更換購買一支新手機的思考流程。
- 二、美國的 Wal-Mart 百貨連鎖企業自 1951 年 3 月以「Walton 五分和十分錢商店」開張以來，迄今已有五十餘個年頭。「財星」雜誌於 2003 年初再度公布 Wal-Mart 百貨蟬聯全美企業龍頭，且為名符其實的「天天低價」百貨商店。Wal-Mart 百貨有如此好的績效，除了採用許多好的經營策略外，其採用 Data Mining 與 Supply Chain 等的技術與策略亦是功不可沒。試請依據 Supply Chain Management 的理念，說明 Wal-Mart 百貨在物流管理(Logistic Management)和供應鏈管理(Supply Chain Management)所採策略的重點有何差異？
- 三、機構老闆為了提供員工新的經驗，讓他們在解決問題的過程中有更新的創造性，為了能達到寓教於樂，擬舉辦一項好玩的員工旅遊，促進他們發展良好策略，您是一個企劃人員，請設計舉辦一個以什麼類型的主題？什麼樣的場合？應用在哪裡？可以應用在什麼時機？好玩的員工旅遊。
- 四、自我國加入 WTO 之後，不論政府或民間企業皆努力採取一些策略或措施予以因應加入 WTO 後之衝擊。政府為激勵中部地區的經濟發展，已於年前在中部地區設立中部科學園區(以下簡稱中科)。假設您是一家知名電子公司(如友達，目前已進駐中科)的總經理，試請依據 Michael Porter 建構競爭優勢(Competitive Advantage)的理論，分析 貴公司進駐中科的競爭優勢。
- 五、您是一間多元化的機構企劃部門的工作員，在舉辦一項活動前，要考慮哪些因素，才決定是否舉辦？應如何評價活動企劃方案？才可以令活動舉辦得好。
- 六、目前國內坊間的電視廣告，有二則是某公司針對銀髮族提出的養生麥片(或粉)的廣告。此外，尚有一家有關美白化妝品(SKII)的廣告，針對喜愛美白的女性由知名廣告明星來代言。試依據市場區隔的理念，評析並比較該兩個公司進行此等廣告的做法與其考量的因素為何？

公告用



臺中健康暨管理學院

九十三學年度碩士在職專班招生考試試題紙

系 所 別	組 別	考試科目	考試日期	時 間	備 註
經營管理研究所碩士在職專班	--	管理個案分析	93.4.25	10:30-12:10	共兩頁

公告用

- 七、美國知名速食連鎖商店，McDonald，在 1955 年設立。於 1980 年代和 1990 年代曾遭受因美國速食商品市場快速成長的衝擊，McDonald 為因應此變局，遂大力於亞洲、東歐擴展國外市場。迄公元 2000 年，在美國境外分佈 120 個國家，計有分店 28707 家。試依據策略管理的理念，分析 McDonald 在國外設立分店宜考慮 Global Environment 之因素及其進入策略為何？
- 八、就消費趨勢的觀點，新式高科技(New High-Tech)產品(如手機、電腦相關產品)之壽命有愈來愈短的現象，此來促使與這些相關產品或商品的廠商需致力於產品的研發。假設您是一位任職於 Nokia 台灣分公司的銷售部門經理，試應用行銷管理的理念，申述新產品(如新款手機 Nokia X700)的市場開發(New Market Development)與創新採用論(Innovation Adaptation Theory)間之關係。
- 九、公司的經營哲學就是公司文化的核心價值。近年來，國內外針對此種核心價值，常以願景(Vision)、公司治理(Corporate Governance)等來描述。依歷史觀點，台灣廠商在理念和實務方面，常有生產導向(Production Orientation)、產品導向(Product Orientation)、銷售導向(Sales Orientation)、行銷導向(Marketing Orientation)及社會行銷導向(Social Marketing Orientation)等的企業經營哲學。試依此，申述公司治理與上述不同導向之關係？
- 十、近年來，由於資訊科技的進步，促使「網路消費者」與「網路行銷」的掘起。美國賓州大學 Jerry Wind 教授於 2002 年提出「聚合行銷」(Convergence Marketing)與「人頭馬消費者」的概念，即不論你、我、他，經常會同時上網或在實體商店採購商品。試據此，說明人頭馬消費者之需求特性及其對廠商從事行銷的挑戰為何？