

國立中山大學 103 學年度碩士暨碩士專班招生考試試題

科目名稱：行銷傳播議題與實務【行銷傳播所碩士在職專班】

題號：346001

※本科目依簡章規定「不可以」使用計算機

共 1 頁第 1 頁

1. 從實務案例的觀察中，請舉出您認為最成功與最失敗的行銷傳播案例各一則，請詳述此兩案例的內容，並分析其成功或失敗的原因。(20%)
2. 行銷中的推廣策略有五種溝通工具，請簡述此五種溝通工具的內容與定義；依您對目前行銷推廣的理解，預測未來 5 年後即將式微的一項行銷推廣工具，說明並分析其式微的原因；另請預測未來 5 年後，廠商應重視與經營的行銷推廣工具，說明並分析其興起的原因。(30%)
3. 我國國道高速公路通行費，已於 2013 年 12 月 30 日凌晨起採電子計程收費，是全世界第一套國道全面電子計程收費系統 (Electronic Toll Collection, 簡稱 ETC)。這項新措施預估一年可省下因為行經收費站煞停的油耗約一千萬公升，並年省回數票五億到六億張，總計年省約 18 億到 20 億社會成本，效益可觀 (自由時報, 2013 年 12 月 28 日)。然而，國道計程收費上路後狀況連連，除發生感應器不準確、扣款錯誤、系統當機等問題外，已有民眾發起拒貼 eTag 與退租 eTag 運動。根據遠通電收統計，目前 eTag 用戶約五百卅三萬七千輛，還有約兩百萬輛車沒申裝。

遠通電收身為 ETC 委託建置、營運、維護、操作及行銷服務者，面對 ETC 剛上路的種種問題，應如何進行推廣及溝通？請為遠通電收擬定一個行銷傳播計畫，內容應包含：(1)環境分析、(2)計畫的目的及目標、(3)目標對象分析、(4)行銷溝通策略與行動方案、(5)評估與監測機制。(50%)