

勘誤表

修訂日期：2020.9.11

頁碼	原文	修正
185	<p>基本測試</p> <ol style="list-style-type: none"> 行銷研究包含哪些步驟？這些步驟之間有何關聯？ 何謂調查法？調查法有哪些種類？各類調查法的優缺點是什麼？ 在探索性研究中，我們常用何種資料蒐集法？為什麼？ 試比較初級資料和次級資料的優缺點。 <p>進階思考</p> <ol style="list-style-type: none"> 企業必須具備哪些人才與組織文化，才能把行銷研究做好？ 量化研究與質性研究對於行銷企劃有什麼功用與盲點？ <p>動腦提示：可以先考慮行銷企劃的目的或性質可以分為幾個類型，然後瞭解量化研究與質性研究的意義，再思考對於不同類型的行銷企劃，量化與質性研究的功用與盲點是什麼。</p> <ol style="list-style-type: none"> 「學術研究太過理論，無助於解決實務上的問題」。你同意這句話嗎？為什麼？ <p>動腦提示：先思考學術研究是什麼？理論是什麼？理論是怎麼產生的？這三個問題又與理論的實用性有何關聯？還有，何謂「解決」實務上的問題？理論是否能解決實務問題，除了理論本身的原因之外，還有其他什麼因素？ 一份典型的行銷企劃包含哪些內容？試舉例說明。 </p>	<p>基本測試</p> <ol style="list-style-type: none"> 何謂個體環境與總體環境？他們的差異何在？ 何謂政治與法律環境？舉例說明它對行銷影響何在？ 何謂經濟景氣？它對行銷活動有何影響？ 舉例說明文化對行銷的影響。 <p>進階思考</p> <ol style="list-style-type: none"> 解釋「綠色行銷」的意義。你認為在什麼條件之下，大多數企業才會真正重視綠色行銷？ <p>動腦提示：可以從原物料特性、製造過程、包裝一直到產品回收的過程，思考綠色行銷的意義。至於綠色行銷被重視的條件，可嘗試從法令、科技、自然、社會與文化等大環境思考，然後縮小範圍從消費者需求與動機等角度思考。</p> <ol style="list-style-type: none"> 以特定的青少年群體為例，說明他們的次文化特色，以及這些特色有什麼行銷上的意涵。 <p>動腦提示：次文化特色表現在什麼地方上？具體可見的有衣食住行與娛樂等，較抽象的有溝通方式、溝通內容、價值觀念等。試著瞭解這群青少年在這幾個方面有何不同，以及這些不同之處對於相關企業在 4P 的決策上有何意義。 評估高鐵通車後，對各行業的行銷活動有何意涵。 假設越來越多的男性或丈夫走進廚房，這趨勢有何行銷上的含義？ </p>
186	<p>活用知識</p> <ol style="list-style-type: none"> 以校內學生為樣本，利用調查方法瞭解同學們的課外書閱讀行為。 到某家餐廳進行觀察，並撰寫觀察結果報告，以協助該餐廳的行銷管理。 	<p>活用知識</p> <ol style="list-style-type: none"> 從電影院、相片沖洗、素食餐廳中任選一個行業，以報章、雜誌與網路等蒐集而來的資料為基礎，評估行銷環境中有利與不利的因素，並建議相關業者因應之道。 任挑一個都會或鄉鎮，實地考察並記錄它的文化特色，以及這些特色如何影響行銷活動。