

*請填寫入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卷、入場通知書編號、桌角號碼、甄試類別是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。
②本試卷為一張單面，共有四大題之非選擇題，各題配分均為 25 分。
③非選擇題限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，並請從答案卷內第一頁開始書寫，違反者該科酌予扣分，不必抄題但須標示題號。
④本項測驗僅得使用簡易型電子計算器(不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能)，但不得發出聲響；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算器放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該科扣 10 分；該電子計算器並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
⑤請勿於答案卷上書寫應考人姓名、入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。
⑥答案卷務必繳回，未繳回者該科以零分計算。

個案 A：羅氏公司

羅氏公司是一家成立 30 年的派對宴會用品製造公司，產品包括各式各樣用於生日、節慶派對、和其他社交場合的紙製品，從紙盤、紙碗、紙杯、餐巾、桌布、小禮物到皺紋紙等等，有幾十種的派對主題圖案和色彩可供挑選，而且每季都會推出新品/新設計。

派對用品產業競爭激烈，有數以百計的小公司採極低價策略力求生存。羅氏公司的競爭優勢在於高水準的印刷技術，而且商業關係良好，是產業中少數的重量級公司之一。在製造和販售產品時，該公司是以「你的生日」、「你的婚禮」、「你的紀念日」等一般通用名稱做為商標(generic label)，並未特別強調其品牌，公司的名字「羅氏」只出現在產品塑膠外包裝背面的一張小標籤上。

羅氏的下游通路有：大型零售業者、連鎖藥妝店和雜貨店，以及獨立的派對用品小型零售商。羅氏的營業額有 40%來自獨立小型零售商，60%來自大型零售及連鎖業者，其中最大的通路商是「派對王」，約占羅氏營業額的 20%。

日前，「派對王」決定要建立自有品牌(private label)，打算用「派對王」的名稱提供顧客全系列的派對用品，並在旗下所有店面強力促銷自有品牌，減少販售其他公司的派對用品產品線，包括羅氏的產品在內。派對王找上羅氏，希望羅氏為其自有品牌代工生產，派對王則負責設計和設立規格，但派對王提議支付羅氏的價錢會比現在低約 15%。

在這同時，羅氏已花了將近一年的時間研擬自創品牌的可行性，希望在其既有的品質優勢上建立強勢品牌。羅氏曾在市場上試推嶄新印刷技術的派對用品設計，結果獲得消費者的一致好評，而且所有參與測試的獨立零售商也表示願意大量展示和推廣這個新的產品線。但羅氏的資源有限，過去也沒有品牌行銷的經驗，這些都讓高層主管在推動自創品牌計畫時格外審慎。

題目一：

請就個案 A 所提供資訊，分析羅氏公司「自創品牌」和「為通路商之自有品牌代工」各自的優缺點。【25 分】

題目二：

根據個案 A 所提供資訊，假設羅氏公司最後決定以自創品牌的方式來推廣新的產品線。請為這個新的產品線選擇適當的目標市場，並訂定行銷 4P 組合策略。【25 分】

個案 B：百事可樂

全球第二大的可樂製造商—百事可樂在 2010 年宣布投入 2 仟萬美元的獎金，推動一項名為「百事煥新計畫」(Pepsi Refresh Project)的公益活動。這個活動開放給全美 13 歲以上的個人、組織或企業參加，只要針對設定的議題提出將「如何讓 xxx 煥然一新」的專案，就有機會獲得 US\$ 5,000~250,000 不等的基金，由網友投票決定哪個提案可以獲選，每月選出 32 個幸運兒，每月只接受前 1,000 組的報名。議題設定全與公益有關:包括健康/藝術文化/食物與安置/環保/社區/教育。

活動宣傳期間，在百事官網、活動官網、活動部落格、活動的臉書粉絲專頁上都會有「在 facebook 或 twitter 分享」的連結。同時在美國三大電視網及有線電視台播放廣告，初期的廣告訊息內容是告知並導引觀眾前往活動官網，待第一批煥新專案選出並開始執行後，電視和平面廣告的內容便改為介紹獲選的煥新專案。另外和多個電視節目合作，到 NBC 電視網的“Today show”、Hulu 網路電視網站的“If I Can Dream”等節目上進行宣傳。

百事公司也邀請名人共襄盛舉，影星凱文貝肯、黛咪摩爾、球星 Mark Sanchez 等人均曾應邀提案申請，並擔任活動代言人，積極向大眾拉票支持其提案。

此外，百事可樂在活動期間同步換新包裝和新標誌，瓶身、紙箱、及賣場展示架上均可見到“Do Some Good”（做好事）標語。為了吸引消費者光顧賣場，百事與提供用戶定位服務的社群網站 Foursquare 合作，只要 Foursquare 會員利用行動裝置在販售百事可樂的賣場「登入」，就可得到數位點數，會員可利用點數兌換優惠商品；而會員每累積一點，百事可樂就捐 4 美分（約台幣 1.2 元）給公益團體。

題目三：

根據個案 B 所提供資訊，百事可樂在推動「百事煥新計畫」時運用到哪些推廣組合(promotional mix)的工具？請一一列舉並簡短說明。【25 分】

題目四：

請回答下列問題：

- (一) 一個好的整合行銷傳播計畫應該具備哪些條件？【10 分】
- (二) 請根據這些條件，評述「百事煥新計畫」的推廣活動。【15 分】