마케팅관리론

【문제 1】 제품의 가격결정시에 고려하는 기본적인 요인으로서 원가요인, 고객요인, 경쟁요인이 있다. 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 제품가격의 범위와 수준을 정할 때, 위의 3가지 요인이 어떤 역할을 하는지 설명하시오. (10점)

(2) 고객요인중심 가격결정을 할 때, 고려해야 하는 요소 2가지를 제시하고 2가지 요소를 반영한 가격결정방법을 설명하시오. (10점)

(3) 경쟁요인중심 가격결정을 할 때, 고려해야 하는 요소 2가지를 제시하고 2가지 요소를 반영한 가격결정방법을 설명하시오. (10점)

【문제 2】 제품에 관하여 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 유형제품(tangible product)에 해당되는 구성요소 중 4가지를 제시하시오. (6점)

(2) 확장제품(augmented product)에 해당되는 구성요소 중 4가지를 제시하시오. (6점)

(3) 제품계열의 길이(라인)확장전략 3가지 유형을 제시하고 각각에 대하여 내용을 설명하시오. (단, 기존 제품계열 내에서 제품품목을 추가시킴으로써 제품계열의 깊이를 확장하는 전략은 제외함) (18점)

【문제 3】 시장세분화의 기준이 되는 행동적 변수 5가지를 제시하고 각각에 대하여 설명하시오. (10점)

【문제 4】 브랜드 확장(brand extension)이 효과적인 상황 3가지를 설명하시오. (10점)

【문제 5】 수평적 마케팅시스템(Horizontal Marketing System, HMS)의 개념과 효과를 설명하시오. (10점)

【문제 6】 서비스의 개념적 정의를 기술하고, 차별적(고유한) 특성 4가지를 설명하시오. (10점)