마케팅관리론

【문제 1】 촉진믹스 전략에 관한 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 촉진믹스 전략은 크게 푸시(push) 전략과 풀(pull) 전략으로 구분할 수 있다. 두 전략을 비교하여 설명하시오. (12점)

(2) 대표적인 촉진믹스인 광고, 인적판매, 판매촉진이 각각 어떤 촉진믹스 전략(푸시 또는 풀 전략)에 적합한지 기술하시오. (6점)

(3) 광고, 인적판매, 판매촉진의 장점과 단점을 각각 기술하시오. (12점)

【문제 2】 유통경로 관리에 관한 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 제조업자(생산자)가 유통경로 구성원들의 동기부여를 위해 혹은 자신에게 보다 협력하도록 하기 위해 행사할 수 있는 힘(power)의 유형은 5가지가 있다. 이 5가지 유형의 개념을 기술하고, 각각 예를 들어 설명하시오. (10점)

(2) 유통경로 갈등을 수직적 갈등과 수평적 갈등으로 구분하여 개념을 기술하고, 각각 예를 들어 설명하시오. (8점)

(3) 유통경로 갈등의 발생 원인을 3가지로 구분하여 각각 예를 들어 설명하시오. (9점)

(4) 유통경로 갈등의 해결방안을 3가지만 제시하시오. (3점)

【문제 3】 기업의 (마케팅) 관리 철학에는 생산개념, 제품개념, 판매개념, 마케팅개념, 사회적(societal) 마케팅개념이 있다. 5가지 개념별로 기업활동 관점에서 강조하는 바를 기술하시오. (10점)

【문제 4】 앤소프(Ansoff)가 제시한 제품/시장 매트릭스의 용도가 무엇인지 설명하고, 이 매트릭스를 통해 도출할 수 있는 4가지 전략 대안을 예를 들어 설명하시오. (10점)

【문제 5】 로저스(Rogers)의 연구에 따르면 신제품 수용자는 신제품을 수용하는 시점에 따라 5가지 유형으로 분류할 수 있다. 신제품 수용자 유형 5가지를 신제품을 수용하는 순서대로 제시하고, 각 수용자 유형별 특성을 기술하시오. (10점)

【문제 6】 신제품의 가격전략으로 초기고가전략(skimming pricing)과 시장침투가격전략(penetration pricing)이 있다. 이 2가지 가격전략에 관하여 개념, 목적, 표적시장의 특성을 각각 비교하여 설명하시오. (10점)