

金融商品行銷實務

第三週自我評量（學生版）

認識你的戰場：行銷策略規劃流程 | 選擇題 8 題 + 非選擇題 2 題，共 60 分

作答說明：每題只有一個最佳答案。請仔細閱讀題目，選出最符合本週課程內容的選項。

第三週自我評量

認識你的戰場：行銷策略規劃流程

選擇題 8 題（每題 5 分，共 40 分）+ 非選擇題 2 題（每題 10 分，共 20 分）= 總分 60 分

第 1 題（5 分）

關於「品牌價值」的本質，下列敘述何者最正確？

- (A) 品牌價值就是公司的市值或股價
- (B) 品牌價值是消費者心中，你和某種「價值」之間的自動連結
- (C) 品牌價值等同於 Logo 設計與廣告口號的品質
- (D) 品牌價值只取決於產品的功能表現

第 2 題（5 分）

行銷策略規劃流程圖的六大步驟，正確的先後順序是？

- (A) 經營宗旨 → 行銷組合 → SWOT → STP → 規劃執行 → 成果考核
- (B) 經營宗旨 → 分析市場機會 (SWOT) → 選擇目標市場 (STP) → 擬定行銷組合 (4P/7P) → 規劃執行 → 成果考核
- (C) SWOT → 經營宗旨 → STP → 規劃執行 → 行銷組合 → 成果考核
- (D) STP → SWOT → 經營宗旨 → 行銷組合 → 成果考核 → 規劃執行

第 3 題（5 分）

傳統行銷三階段依序為何？

- (A) 行銷組合 → 環境分析 → 策略規劃
- (B) 策略規劃 → 行銷組合 → 環境分析
- (C) 環境分析 → 策略規劃 → 行銷組合
- (D) 環境分析 → 行銷組合 → 策略規劃

第 4 題 (5 分)

SWOT 分析中，S（優勢）和 W（劣勢）屬於哪一類因素？

- (A) 外部環境因素
- (B) 內部企業因素
- (C) 宏觀經濟因素
- (D) 消費者行為因素

第 5 題 (5 分)

以下哪一項屬於 SWOT 分析中的「機會」(O)，而非「優勢」(S)？

- (A) 公司團隊有豐富的銀行業實戰經驗
- (B) 數位理財市場快速成長
- (C) 品牌年輕、沒有歷史包袱
- (D) 已建立完整的價值定位框架

第 6 題 (5 分)

在 SWOT 交叉策略中，「用優勢抓住機會」屬於哪一種策略？

- (A) SO 策略（積極進攻）
- (B) ST 策略（防禦強化）
- (C) WO 策略（改善突破）
- (D) WT 策略（策略收縮）

第 7 題 (5 分)

PEST 分析中的四個面向，下列何者正確？

- (A) Product（產品）、Economy（經濟）、Service（服務）、Technology（科技）
- (B) Political（政治/法律）、Economic（經濟）、Social（社會/文化）、Technological（科技）
- (C) Price（價格）、Environment（環境）、Strategy（策略）、Trend（趨勢）
- (D) People（人員）、Efficiency（效率）、System（系統）、Target（目標）

第 8 題 (5 分)

在 PEST 分析應用於金融行銷時，「少子高齡化導致退休理財需求增加」屬於哪個面向？

- (A) P — 政治/法律
- (B) E — 經濟
- (C) S — 社會/文化
- (D) T — 科技

非選擇題

請根據本週課程內容作答，每題 10 分

第 9 題——簡答題（10 分）

請用自己的話解釋 SWOT 分析中「內部因素」與「外部因素」的差異，並各舉一個與金融商品行銷相關的例子。

第 10 題——案例分析題（10 分）

假設你是一家新創 FinTech 公司的行銷主管，公司主打「AI 自動化小額投資」服務，目標客群為 20–30 歲的社會新鮮人。最近一家大型銀行宣布將推出類似的 AI 投資服務。

請回答以下兩個問題：

1. 請為這家新創公司完成一份簡版 SWOT 分析（每個象限至少寫 2 點）。(6 分)
2. 根據你的 SWOT 分析，提出一個 SO 策略建議，並說明為什麼這個策略可行。(4 分)

本評量僅供自我學習使用，請誠實作答。答案請見解答版。