

마케팅관리론

【문제 1】 브랜드에 관한 다음 물음에 답하시오. (30점)

- (1) 바람직한 브랜드명의 조건을 5가지 설명하시오. (10점)
- (2) 브랜드인지도를 증가시키는 방법을 5가지 설명하시오. (10점)
- (3) 브랜드확장이 갖는 장점 3가지와 단점 2가지를 설명하시오. (10점)

【문제 2】 상품 가격결정에 관한 다음 물음에 답하시오. (30점)

- (1) 기업경영 관점에서 가격결정의 중요성을 설명하시오. (4점)
- (2) 가격결정시 고려해야 할 영향요인을 5가지 제시하고, 각 요인별로 가격결정시 분석·검토할 주요 내용을 설명하시오. (15점)
- (3) 손익분기점(break-even point)의 개념을 설명하고, 손익분기점 판매량을 구하는 공식을 도출하시오. (4점)
- (4) 공헌마진율(contribution margin rate)의 개념을 서술하고, 공헌마진율의 높고 낮은 수준에 따른 상품 가격목표를 비교 설명하시오. (7점)

【문제 3】 소비자행동에 관한 다음 물음에 답하시오. (10점)

- (1) 고관여 상황에서 소비자 구매의사결정과정 5단계를 설명하시오. (5점)
- (2) 소비자행동에 영향을 미치는 개인적 요인 3가지와 사회문화적 요인 2가지를 제시하시오. (5점)

【문제 4】 중간상을 통한 유통경로가 수행하는 주요 기능 3가지를 설명하시오. (10점)

【문제 5】 기업의 마케팅 활동에 영향을 주는 환경요인들 중 거시환경 구성요소 5가지와 미시환경 구성요소 5가지를 설명하시오. (10점)

【문제 6】 판매규모 예측을 위해 활용되는 텔파이 기법의 개념, 실행과정, 장점 및 단점을 설명하시오. (10점)