

T5D32 行銷學（行銷管理學）

(107/4/23 八版)勘誤

P129 全產品家族品牌之說明

.....也稱為單一家族品『排』。

應改為

.....也稱為單一家族品『牌』。

P129 混合品牌之說明

指將兩個或兩個以上的品牌標示在同一個產品上（『其實就是前面提到的共品牌之概念』）。

宜改為

指將兩個或兩個以上的品牌標示在同一個產品上（『通常是公司品牌加上個別品牌』）。

P129 客服專員報你知之內容說明

在混合品牌下有一種要素品牌（ingredient branding，或稱成分品牌）的概念，指的是將原物料、零組件之品牌，與製成品之品牌相結合的品牌。

宜改為

在混合品牌下有一種要素品牌（ingredient branding，或稱成分品牌、**元件要素**）的概念（**或有觀點認為是共同品牌的特例**），指的是將原物料、零組件之品牌，與製成品之品牌相結合**來強化最終製成品的品牌權益**。

P161 第 2 行

此方法也稱之為隨行就市法、流行水『准』訂價法...

應改為

此方法也稱之為隨行就市法、流行水『準』訂價法...

P162 最後一行

犧牲打訂價法（price leaders pricing）

應改為

犧牲打訂價法（price leaders pricing／**loss leader pricing**）

P254 事件行銷之說明

.....因而吸引媒體的報『道』與消費者的參與.....

應改為

.....因而吸引媒體的報『導』與消費者的參與.....