소비자행동론

【 문제 1 】가족은 개인 소비자의 행동에 많은 영향을 미치는 준거집단이다. 가족에 관한 다음 각 물음에 답하시오. (30점)

⑴ 가족의 개념을 설명하시오. (3점)

⑵ 가족의사결정과정에서 가족구성원의 역할 분담 다섯 가지 유형을 설명하시오. (15점)

⑶ 가족의사결정이 기업의 마케팅전략에 주는 시사점을 4P′s를 중심으로 설명하시오. (12점)

【 문제 2 】식역(threshold)은 크게 절대식역(absolute threshold)과 차이식역(differential threshold)으로 구분할 수 있다. 이 중 차이식역에 관한 다음 각 물음에 답하시오. (30점)

⑴ 차이식역의 개념을 설명하시오. (4점)

⑵ 웨버의 법칙(Weber′s Law)을 정의하고, 활용 사례를 제시하시오. (단, 상수 K를 포함해야한다.) (10점)

⑶ 차이식역이 마케팅에 어떻게 활용되는지를 제품개발, 가격변경, 상표변경, 디자인(제품・포장 등) 측면에서 각각 설명하시오. (16점)

【 문제 3 】구매의사결정과정의 첫 단계인 문제인식의 개념을 정의하고, 소비자가 문제를 인식하는데 영향을 미치는 요인 세 가지만 설명하시오. (10점)

【 문제 4 】의견선도자(opinion leader)는 구전 커뮤니케이션 환경에서 다른 사람들의 구매행동에 영향을 미칠 가능성이 높기 때문에 이들의 특성을 파악하는 것이 중요하다. 의견선도자의 일반적인 특성을 다섯 가지만 기술하시오. (10점)

【 문제 5 】소비자가 제품을 구매한 후 느끼는 인지부조화(cognitive dissonance)의 개념을 정의하고, 인지부조화를 경험한 소비자가 이를 감소시키기 위해 사용하는 방법 세 가지를 설명하시오. (10점)

【 문제 6 】B.F.Skinner의 비둘기 실험으로 대표되는 행동주의적 학습이론인 작동적 조건화(operant conditioning) 혹은 수단적 조건화(instrumental conditioning)의 개념을 정의하고, 이 학습이론에서 학습의 수단으로 사용할 수 있는 강화의 유형 세 가지를 설명하시오. (10점)

한국산업인력공단 HUMAN RESOURCES DEVELOPMENT SERVICE OF KOREA 성실로 이룩한 기업, 투명경영으로 미래보장