소비자행동론

【문제 1】 사회계층은 소비자 행동의 범위와 성격을 설명하고 예측하는데 주요한 개념이다. 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 일반적으로 사회계층을 결정하는 변수(속성) 다섯 가지만 제시하시오. (10점)

(2) 사회계층을 측정하는 세 가지 방법을 제시하고, 각 방법별 문제점(단점)을 한 개씩 설명하시오. (20점)

【문제 2】 기업은 여러 가지 촉진수단 중에서도 광고를 통하여 상표에 대한 좋은 태도를 소비자의 마음속에 형성하고자 한다. 그러나 소비자의 관여도 수준에 따라 광고태도가 상표태도에 미치는 영향이 다르게 나타날 수 있다. 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 관여도(고/저) 수준에 따라 광고태도가 상표태도에 미치는 영향을 태도형성 측면에서 설명하시오. (10점)

(2) 관여도(고/저) 수준에 따라 광고태도가 상표태도에 미치는 영향을 광고전략 측면에서 설명하시오. (20점)

【문제 3】 관여도 측정과 관련하여 다음 물음에 답하시오. (10점)

(1) Laurent and Kapferer(1985)의 관여도 측정 시 사용되는 네 가지 차원을 설명하시오. (8점)

(2) Zaichkowsky의 PII와 Laurent and Kapferer(1985)의 측정도구 장점을 각각 비교 설명하시오. (2점)

【문제 4】 문화의 개념을 설명하고 이러한 문화의 특성 네 가지만 기술하시오. (10점)

【문제 5】 정보처리에 필요한 청크(chunk)와 신비의 숫자(magic number)를 설명하고 기억내용을 인출해 내는 방법 중 회상(recall)과 재인(recognition)의 측정 방법을 설명하시오. (10점)

【문제 6】 태도의 구성요소에 관한 이론 중 삼분(삼각)이론(tripartite view)과 일차원 이론(uni-dimensional view)을 설명하시오. (10점)