# 소비자행동론

【문제 1】 관여도는 소비자행동의 다양한 측면에 영향을 미치는 중요한 변수다. 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 관여도의 개념을 기술하고, 지속적 관여도(enduring involvement)와 상황적 관여도(situational involvement)의 차이점을 예를 들어 비교 설명하시오. (8점)

(2) 관여도와 구매동기에 따른 FCB Grid의 4개 사분면에 속하는 각각의 제품군 특성을 예를 들어 설명하고, 해당 영역별로 적합한 마케팅 커뮤니케이션 전략을 기술하시오. (12점)

(3) 정교화가능성 모델(Elaboration Likelihood Model) 관점에서 관여도 수준(고/저)에 따른 소비자 태도 형성 과정과 마케팅 시사점을 각각 설명하시오. (10점)

【문제 2】 태도관련 모형 및 이론에 관한 다음 물음에 답하시오. (30점)

(1) 피쉬바인(Fishbein)의 다속성태도모형에서 태도가 형성되는 과정을 설명하시오. (8점)

(2) 확장된 피쉬바인(Extended Fishbein)모형에서 구매행동이 결정되는 전체 과정을 설명하시오. (12점)

(3) 계획적 행동이론(Theory of Planned Behavior) 관점에서 구매행동이 결정되는 전체 과정을 설명하시오. (10점)

【문제 3】 홀(E. Hall)이 제안한 저맥락문화(low-context culture)와 고맥락문화(high-context culture)의 차이점을 4가지만 설명하시오. (10점)

【문제 4】 준거집단의 영향 중 규범적 영향의 개념을 기술하고, 준거집단의 규범적 영향력이 제품 특성에 따라 어떻게 달라지는지 예를 들어 설명하시오. (10점)

【문제 5】 모델링(대리 학습) 효과에 영향을 미치는 요인에 관한 다음 물음에 답하시오. (10점)

(1) 모델링 효과에 긍정적인 영향을 미치는 모델 특성을 3가지만 기술하시오. (6점)

(2) 모델링 효과가 커지게 되는 관찰자 특성을 3가지만 기술하시오. (4점)

【문제 6】 점화효과(priming effect)와 구성효과(framing effect)를 각각 설명하시오. (10점)