

臺灣菸酒股份有限公司 97 年新進職員甄試試題

甄選類別：行銷企劃人員（47501）

*請填寫入場通知書編號：_____

專業科目(二)：消費者行為

注意：①本試卷為一張單面，共有四大題之非選擇題，各題配分均為二十五分。

②限以藍、黑色鋼筆或原子筆於答案卷上採橫式作答，並請從答案卷內第一頁開始書寫，違反者該科酌予扣分。不必抄題但須標示題號。

③應考人得自備僅具數字鍵 0~9 及 $+$ $-$ \times \div $\sqrt{\quad}$ $\%$ M 功能之簡易型計算機應試。

④答案卷務必繳回，違者該科以零分計算。

題目一：

請針對消費者決策議題回答下述問題：

(一)就資訊處理程度而言，消費者決策在問題解決時，可區分為哪三種層級？【10分】

(二)請比較下列四種消費者決策觀點：經濟觀點、被動觀點、認知觀點與情緒觀點？【10分】

(三)請論述消費者決策之處理歷程和決策後行為？【5分】

題目二：

人格 (personality) 對消費者行為有明顯影響，行銷人員亦常以此為區隔消費者之依據，請針對下述類別，回答相關之消費者人格特質：

(一)與消費創新者有關之人格特質為何？請論述之。【15分】

(二)認知性人格因素包括哪些？【10分】

題目三：

消費者態度攸關行銷成效，改變消費者態度、設計說服性訊息可謂重要行銷任務，試回答下述相關問題：

(一)由於態度改變策略與消費者涉入程度有關，請分別針對高低涉入情境，分析可行之說服策略？【15分】

(二)針對高低涉入型消費者，在廣告訊息結構方面，包括訊息順序、提供結論與否，設計要點為何？【10分】

題目四：

意見領袖或人際影響是消費者行為中相當重要的概念，而隨著網際網路之興起與發達，網路亦成為消費者搜尋資訊的重要管道，試問：

(一)網路口碑與傳統口碑主要差異之處為何？【10分】

(二)請列舉各種網路口碑來源？【5分】

(三)請分析消費者使用網路口碑之動機？【10分】