

臺灣菸酒股份有限公司 104 年從業職員（儲備主管）甄試試題

甄試類別【代碼】：專業職—通路行銷【H6702】

專業科目 2：消費者行為

*請填寫入場通知書編號：_____

注意：①作答前須檢查答案卷、入場通知書號碼、桌角號碼、甄試類別是否相符，如有不同應立即請監試人員處理，否則不予計分。
②本試卷為一張單面，共有四大題之非選擇題【每題配分為 25 分，總計 100 分】。
③非選擇題限以藍、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。
④本項測驗僅得使用簡易型電子計算器(不具任何財務函數、工程函數功能、儲存程式功能)，但不得發出聲響；若應考人於測驗時將不符規定之電子計算器放置於桌面或使用，經勸阻無效，仍執意使用者，該節扣 10 分；該電子計算器並由監試人員保管至該節測驗結束後歸還。
⑤請勿於答案卷上書寫應考人姓名、入場通知書號碼或與答案無關之任何文字或符號。
⑥答案卷務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

第一題：

顧客滿意(customer satisfaction)是爭取消費者必要的條件，請問：

(一)請分別從全面品質管理、公平理論、期待不一致理論說明顧客滿意的相關概念。

【15 分】

(二)如果顧客不滿意，則可能產生抱怨，請說明消費者抱怨之可能行為模式？並提出可能的因應作法。【10 分】

第二題：

消費過程中很容易受到參照(考)團體(reference group)的影響，請問：

(一)何謂參照(考)團體？有哪些可能的類型？【10 分】

(二)參照(考)團體對消費者產生從眾行為之影響的可能因素有哪些？【15 分】

第三題：

在消費過程中，消費者自我的涉入程度也是一個關鍵因素，請問：

(一)何謂「推敲(精緻)可能性模式」(elaboration likelihood model)？其應用意義為何？【10 分】

(二)下列為推論應用題，如果您想行銷與廣告一件新產品，請分別從下列 5 項討論如何應用「推敲(精緻)可能性模式」來進行行銷與廣告。【15 分】

1.產品的專業性程度

2.消費者的產品知識程度

3.價錢高低程度

4.邀請的代言人的吸引力程度

5.使用產品的風險程度

第四題：

消費者每天和環境中各式各樣的廣告、文宣等接觸，請問：

(一)何謂訊息處理模式(information-processing model)？並請舉一個實例說明之。【10 分】

(二)如果從影響消費者注意力的刺激來看，請問有哪些刺激本身的特性會影響到消費者的注意力？請至少舉出 6 個特性並說明之。【15 分】