

科目：消費者行為

系所組：織品服裝學系乙組

簡答題，每題 10 分，共 10 題，計 100 分。

1. 消費者權利 (Consumer Rights) 是滿足消費者的最低與必要的保障條件；請列出其中兩項權利，並各舉一行銷實例說明其意涵？
2. 消費者經由感官接受外部訊息；何謂絕對門檻 (Absolute Threshold) 及差異門檻 (Differential Threshold)，舉一行銷實例說明其意涵？
3. 記憶會影響消費者的知覺過程；何謂懷舊 (Nostalgia)？舉一行銷實例說明其意涵？
4. 何謂態度 (Attitude)？舉一行銷實例說明其意涵？
5. 涉入 (Involvement) 會影響消費者的動機強度；請列出幾個影響涉入程度要素中的兩項，並舉一行銷實例說明其意涵？
6. 何謂人格特質 (Personality Trait)？舉一行銷實例說明其意涵？
7. AIO 是心理繪圖 (Psychographics) 常用的一種方式；何謂 AIO？舉一行銷實例說明其意涵？
8. 何謂參考群體 (Reference Groups)？舉一行銷實例說明其意涵？
9. 儀式 (Ritual) 是一種文化學習的方式；何謂儀式？舉一行銷實例說明其意涵？
10. 社會流動 (Social Mobility) 指個人從某一個社會階級移至另一個社會階級；何謂向上流動 (Upward Mobility) 與向下流動 (Downward Mobility)？舉一行銷實例說明其意涵？

※ 注意：1. 考生須在「彌封答案卷」上作答。

2. 本試題紙空白部份可當稿紙使用。

3. 考生於作答時可否使用計算機、法典、字典或其他資料或工具，以簡章之規定為準。