

臺灣菸酒股份有限公司 112 年從業職員及從業評價職位人員甄試試題

甄試類別【代碼】：從業職員／行銷企劃(北一區)【W0301】、行銷企劃(北二區)【W0302】、
行銷企劃(南一區)【W0303】、行銷企劃(東區)【W0304】、
品牌行銷(北一區)【W0305】

專業科目 2：消費者行為

*入場通知書編號：

注意：①作答前先檢查答案卷，測驗入場通知書編號、座位標籤、應試科目是否相符，如有不同應立即請監試人員處理。使用非本人答案卷作答者，該節不予計分。
②本試卷為一張單面，非選擇題共 4 大題，每題各 25 分，共 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，並請依標題指示之題號於各題指定作答區內作答。
④請勿於答案卷書寫應考人姓名、入場通知書編號或與答案無關之任何文字或符號。
⑤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、儲存程式、文數字編輯、內建程式、外接插卡、攝（錄）影音、資料傳輸、通訊或類似功能），且不得發出聲響。應考人如有下列情事扣該節成績 10 分，如再犯者該節不予計分。1.電子計算器發出聲響，經制止仍執意續犯者。2.將不符規定之電子計算器置於桌面或使用，經制止仍執意續犯者。
⑥答案卷務必繳回，未繳回者該節以零分計算。

第一題：

涉入(involverment)程度影響消費者資訊蒐集的意願。請問：涉入程度受哪些因素影響？請分別說明。【25 分】

第二題：

消費者行為會受到其內在心理機制和力量所影響，請舉出五個影響消費者行為的內在力量，並分別說明。【25 分】

第三題：

消費者決策常受參考群體(reference group)左右，參考群體在消費者行為中因而扮演重要角色，請剖析哪些因素攸關參考群體的影響性？【25 分】

第四題：

請說明消費者決策歷程中購後評估概念(post-purchase evaluation)，以及如何依據期望失驗(disconfirmation of expectations)決定滿意度；最後，請闡述期望失驗與認知失調(cognitive dissonance)間關係。【25 分】