

## **KONSUMENTBETEENDE, kurskod 23002**

Svenska handelshögskolan i Vasa  
Examinator Peter Björk

Tentamen 12.6.2009

Skriftid: 4 timmar

Hjälpmaterial: Inga

*Tentamenspappret får bortföras.*

**1. Förklara följande begrepp:**

- |   |       |
|---|-------|
| a) Hedonistisk konsumtion               | (3 p) |
| b) Modelllinärning                      | (3 p) |
| c) Fishbeins multiattributattitydmodell | (3 p) |
| d) Konsumtionssubkultur                 | (3 p) |
| e) Instrumentell beträffning            | (3 p) |

2. Peter och Olson (2005) beskriver konsumentbeteende genom "The reciprocal model" som består av tre delar (Three elements for consumer analysis). Diskutera a) vad du kan analysera, b) på vilket sätt och c) vad resultaten kan ge dig som marknadsföringsansvarig för glasskiosken i Vasa (vid Vasa torg).
3. Redogör för vadigt vilka variabler man kan segmentera en marknad. Ge praktiska exempel (15 p)
4. För att förstå konsumenter behöver man som marknadsförare ha en uppfattning om målmarknadens värderingar dvs. vad konsumenter anser vara viktigt och betydelsefullt. Hur kartlägger man konsumenters värderingar? Vilken modell och vilka metoder kan du som marknadsförare tillämpa? (15 p)