

TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN LANG
KHOA KINH DOANH THƯƠNG MẠI

Đáp án: Đề 1: Đề 2: Mã đề:

Môn thi: HÀNH VI KHÁCH HÀNG - L2

Khóa/Lớp: K24C - Học kỳ: 2 - Năm học: 2019-2020

Thời gian thi: 45 phút ; 60 phút ; 75 phút ; 90 phút ; 120 phút

Hình thức thi: Tự luận Trắc nghiệm Tự luận + Trắc nghiệm

Được sử dụng tài liệu - Không sử dụng tài liệu

TM nhóm biên soạn đề
(Ký và ghi rõ họ tên)



ThS. Nguyễn Thị Bích Nguyễn
Trưởng Khoa/Bộ môn duyệt
(Ký và ghi rõ họ tên)



ThS. Nguyễn Văn Tâm

Câu 1 (5 điểm): Anh/chị hãy trình bày những yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến hành vi khách hàng (2 điểm). Theo các nhà chuyên môn thì thái độ của khách hàng là có thể điều chỉnh và thay đổi được, hãy trình bày và cho ví dụ minh họa thực tế về các phương pháp làm thay đổi thái độ của khách hàng (3 điểm).

Gợi ý trả lời:

- Trình bày những yếu tố tâm lý ảnh hưởng đến hành vi khách hàng: mỗi yếu tố trình bày cô đọng và đủ ý được 0,5 điểm (2 điểm)
 - Động cơ
 - Nhận thức
 - Học hỏi
 - Niềm tin & thái độ
- Trình bày và cho ví dụ minh họa thực tế về các phương pháp làm thay đổi thái độ của khách hàng: Mỗi phương pháp trình bày chính xác được 0,5 điểm và ví dụ minh họa phù hợp được 0,5 điểm (3 điểm)
 - Thay đổi nhận thức:
 - Thay đổi cảm xúc:
 - Thay đổi hành vi:

Câu 2 (5 điểm): Nhóm tham khảo là gì (1 điểm)? Hãy nêu đặc điểm của từng nhóm tham khảo và cho ví dụ minh họa từng nhóm (2 điểm). Giả sử bạn đang cần mua điện thoại mới, bạn sẽ tham khảo những nhóm đối tượng nào để ra quyết định mua hàng, hãy phân tích lý do bạn chọn tham khảo các đối tượng đó (2 điểm).

Gợi ý trả lời:

- Định nghĩa nhóm tham khảo chính xác: 1 điểm
- Các nhóm tham khảo: mỗi nhóm nêu đặc điểm và ví dụ minh họa được 0,75 điểm (2 điểm)

- Nhóm mong ước
- Nhóm liên kết
- Nhóm không liên kết
- Nhóm tham khảo khi mua điện thoại: (2 điểm) Dựa trên phân tích của sinh viên.
