13주차 학습

1교시 학습 키워드 – ● 소비자심리학의 정의 및 필요성  
● 소비자 연구의 기본 개념  
● 소비자에게 영향을 미치는 요인  
● 소비자 연구의 접근방법

● 소비자 심리학의 정의 및 필요성에 대해서 설명할 수 있다.  
● 소비자 연구의 기본 개념에 대해서 설명할 수 있다.  
● 소비자에게 영향을 미치는 요인을 나열할 수 있다.  
● 소비자 연구의 접근방법에 대해서 설명할 수 있다.

1. 소비자 심리학의 정의 및 필요성  
● 정의 : 심리학의 종합적인 응용분야로, 소비자 심리학의 학문적 핵심을 이루고 있는 분야  
● 필요성  
- 수많은 제품과 서비스가 가진 입장의 차이를 줄일 수 있는 방안이 필요했음  
- 필요성에 의하여 소비자 연구가 대두됨 → 핵심적인 역할을 소비자 심리학이 담당함

2. 소비자 연구의 기본 개념  
● 소비자 이해를 위한 근본적 개념  
- 소비자  
- 행동  
- 영향 요인  
● 소비자의 의사결정 과정(= 목표지향적인 문제 해결 과정) : 문제 인식 → 정보탐색 → 선택대안평가 → 구매행동 → 구매 후 행동  
● 소비자 정보처리과정 : 노출 단계(우연적/의도적 노출) → 주의 단계 → 지각 단계 → 기억 단계 → 선택적 정보처리과정

3. 소비자에게 영향을 미치는 요인  
● 심리적 요인  
- 동기   
- 성격  
- 학습   
- 태도   
- 관여   
- 생활 양식   
- 가치   
● 환경적 요인   
- 마케팅믹스   
- 문화  
- 사회계층  
- 미시적 요인  
- 커뮤니케이션

4. 소비자 연구의 접근방법  
● 경제학적 접근방법   
● 정신분석학적 접근방법  
● 변수적 접근방법   
● 정보처리적 접근방법  
● 감성적 접근방법

소비자의 정보처리과정이 아닌 것은?  
1 노출단계  
2 모방단계  
3 주의단계  
4 지각단계

소비자의  정보처리과정은 노출단계 → 주의단계→지각단계→기억단계→ 선택적 정보처리과정이다.

정보처리과정은 자극에 노출되는 것으로부터 시작된다. O  
노출은 우연적(무선적) 노출과 의도적(목적적) 노출로 나눌 수 있다.노출은 우연적(무선적) 노출과 의도적(목적적) 노출로 나눌 수 있다.

2교시 학습 키워드 - ● 마케팅 심리학  
- 경영철학과 마케팅 개념  
- 소비자와 마케팅  
- 제품 포지셔닝  
- 소비자와 마케팅믹스

● 마케팅 심리학과 관련된 다양한 이론과 개념을 설명할 수 있다.

1. 마케팅 심리학  
● 경영철학과 마케팅 개념  
- 1900년대 : 생산 · 제품지향 개념   
- 1930년대 : 판매지향 개념   
- 1950년대 : 마케팅개념-소비자중심 시대   
- 1970년대 : 사회적 마케팅 개념  
● 현대 : 통합적(계몽적)마케팅  
- 소비자와 마케팅 전략  
- 시장 세분화   
- 표적시장 선정   
- 제품 포지셔닝  
- 소비자와 마케팅 믹스(4p)  
① 제품(Product)  
② 가격(Price)  
③ 유통(Place)  
④ 촉진(Promotion)

현대적인 마케팅  개념이 아닌 것은?  
1 최소가격 마케팅  
2 소비자중심 마케팅  
3 혁신적 마케팅  
4 사명의식 마케팅

현대적인 마케팅 개념은 소비자중심 마케팅, 혁신적 마케팅, 가치 마케팅, 사명의식 마케팅, 사회적 마케팅이다.

제품 포지셔닝은 소비자의 마음속에서 자사의 상표가 경쟁상표와의 비교에서 상대적으로 우위를 확보할 수 있는 위치를 구축하기 위한 마케팅 노력을 말한다. O  
제품 포지셔닝은 소비자의 마음속에서 자사의 상표가 상대적인 우위를 확보할 수 있는 위치를 구축하기 위한 마케팅 노력을 말한다.