



Jyväskylän yliopisto
Tietojenkäsittelytieteiden laitos
Moilanen/Penttilä

Tentti – 9.7.2004

ITK E59 – Asiakaskäyttäytyminen lumetodellisuudessa

Vastaa neljään seuraavista viidestä kysymyksestä. Tentin tulokset julkaistaan verkkosivuillamme. Merkitse vastauspaperiisi, jos tulostasi *ei* saa julkaista verkossa!

-
1. Selitä lyhyesti seuraavat käsitteet:
 - a) Maslowin tarvehierarkia
 - b) VALS-luokitus
 - c) Engelin laki
 - d) Kognitiivinen dissonanssi (cognitive dissonance)
 - e) Symbolinen interaktionismi (symbolic interactionism)
 2. Dubois on kirjassaan kuvannut erilaisten viiteryhmien vaikutusta kuluttajan käyttäytymiseen kahden vaikutusfunktion avulla - Samaistumisfunktio (identification function) ja Normatiivinen funktio (normative function). Kuvaile lyhyesti näitä kahta viiteryhmän vaikutusfunktioita ja niiden merkitystä kuluttajan ostokäyttäytymisen näkökulmasta.
 3. TRA (theory of reasoned action), TPB (theory of planned behaviour) ja TAM (technology acceptance model).
 4. Artikkelissa: "Marketing, the Consumer Society and Hedonism". (O'Shaughnessy et al .) on pohdittu Hedonismin ja kulutuksen välisiä yhteyksiä. Kuvaile artikkelin (+ luentojen) pohjalta lyhyesti tätä hedonismin ja kuluttajakäyttäytymisen välistä yhteyttä ja vaikutuksia nyky-yhteiskunnassa.
 5. Millaisia käytettävyyden evaluoinnin menetelmiä Sinkkonen esitteli luennoillaan? Esittele lyhyesti Sinkkosen mainitsemat menetelmät (7 menetelmää jaettuna kahteen ryhmään).

ONNEA TENTTIIN!

el