



## Konsumentbeteende

## 4 högskolepoäng

**Provmoment:** Skriftlig tentamen  
**Ladokkod:** 51KB10  
**Tentamen ges för:** Butikschefsutbildningen med inriktning mot textil och mode

**TentamensKod:** \_\_\_\_\_

**Tentamensdatum:** 2017-03-23  
**Tid:** 09.00-13.00

**Hjälpmedel:** Dator och ordbehandling i Word  
Kurslitteratur och privata anteckningar enligt beskrivning.

**Mobiltelefoner, läsplattor och andra privata kommunikationsmedel får inte användas.**

**Totalt antal poäng på tentamen:** 30

**För att få respektive betyg krävs:**

Godkänt: preliminärt satt till 15 poäng. Väl Godkänt: preliminärt satt till 23 poäng

### Allmänna anvisningar:

Du skriver dina svar med hjälp av ordbehandlingsprogrammet Word. Spara din fil kontinuerligt på examenskontot. När du är färdig och skall lämna in din tentamen, så får du hjälp med att skriva ut svaren av tentamensvakterna.

Tentamen består av 3 frågor om totalt 30 poäng.

Några saker att tänka på:

- Ta det lugnt och läs igenom frågorna noggrant. Se till att du svarar på frågan och inget annat.
- Dina svar förväntas vara välstrukturerade och genomarbetade. Detta är ett viktigt bedömningskriterium gällande svarens kvalitet.
- Skriv dina svar med referenser, men gör ingen referenslista.
- Det är bättre att försöka svara på en fråga än att helt lämna den blank.

- Per fråga så får dina svar inte överskrida en (1) sida (i Word eller som utskrift). Börja varje nytt svar på en ny sida. Det innebär cirka 600 ord per fråga. Inga svar får innehålla en sidbrytning.
- Använd (enkelt radavstånd 12ppt).
- Viktigt! Glöm inte att skriva tentamenskod på alla blad du lämnar in. Gör det gärna vid frågans nummer. Exempel. Fråga 1 – XXXXX (tentamenskod)
- Spara din Word-fil löpande. Döp filen med din tentamenskod.

**HÄFTA INTE IHOP DE UTSKRIVNA SVARSBLADEN.**

**Nästkommande tentamenstillfälle: 2017-05-11 klockan 09.00-13.00**

*Rättningstiden är i normalfall 15 arbetsdagar, till detta tillkommer upp till 5 arbetsdagar för administration, annars är det detta datum som gäller:*

*Viktigt! Glöm inte att skriva Tentamenskod på alla blad du lämnar in.*

*Lycka till!*

Ansvarig lärare:  
Marcus Gianneschi

Telefonnummer:  
0708294029

### Fråga 1 – 10 poäng

En av de viktigaste anledningarna till att attityder mäts i form av enkäter i marknadsundersökningar är för att predicera (förutse) människors köpbeteenden. Skriv en argumenterande text som behandlar följande tre frågor:

- a) Diskutera huruvida det går att predicera **köpbeteende** utifrån attitydundersökningar? Här avses självskattning genom enkäter.
- b) Vad krävs enligt Ajzen och Fishbein (1977) för att attitydmätningen skall stämma med köpbeteendet? Ge ett exempel på en välformulerad attitydfråga som syftar till att predicera köp av träningskläder i någon form.
- c) Diskutera även möjligheten att predicera köpbeteenden utifrån personlighetstest?

Ditt svar skall inte överskrida en sida i Word (enkelt radavstånd 12ppt). Det innebär cirka 600 ord som max.

### Fråga 2 – 10 poäng

”Materialism” beskrivs av Solomon et al (2016) som en underliggande värdering till andra värderingar och något som har betydelse för varför och hur människor konsumerar som de gör. Förklara begreppet ”materialism” utifrån kursboken och försök sedan applicera det på diskussionen om konsumtion och kultur (se särskilt Solomon et al kapitel 2 och 13). Vad anser du? Kan man tala om en ”materialistisk kultur” – om ja, hur och varför? Om nej – hur och varför inte? Din text skall vara argumenterande och förklarande samt ta hjälp av begrepp och modeller från kurslitteraturen.

Ditt svar skall inte överskrida en sida i Word (enkelt radavstånd 12ppt). Det innebär cirka 600 ord som max.

### Fråga 3 – 10 poäng

I kursbokens kapitel 5 – Solomon et al (2013) – beskrivs en rad teorier om relationerna mellan ”självet”, människors konsumtion och företags marknadskommunikation. Där beskrivs även en rad begrepp relaterade till kroppsuppfattning och könsroller. En återkommande kritik som företag i modesektorn får är att de bidrar till att ”skapa” osunda kropps- och skönhetsideal. Du skall skriva en text som har två sammanhängande syften:

- a) Att sammanfatta kapitel 5 med hjälp av de tre begrepp som du anser vara viktigast för att förklara relationer mellan ”självet” och konsumentbeteende på ett generellt plan.
- b) Att föra ett resonemang utifrån ditt svar på a) – där du tar ställning i frågan om huruvida enskilda företag inom modesektorn bör och kan ta socialt ansvar för vilka kropps- och skönhetsideal som råder i ett samhälle. Ta hjälp av kurslitteraturen i stort – och särskilt Schroeder och Borgersons (2005) artikel – för att fördjupa ditt resonemang.

Ditt svar skall vara argumenterande och resonerande (notera att frågan om företagens ansvar innehåller såväl ”bör” som ”kan”). Glöm inte att knyta ditt argument till de tre begrepp i kapitel 5 som du finner viktigast för att förklara konsumentbeteende utifrån teorier om ”självet”.

Ditt svar skall inte överskrida en sida i Word (enkelt radavstånd 12ppt). Det innebär cirka 600 ord som max.