

浙江省 2015 年 10 月高等教育自学考试

消费者行为学试题

课程代码:07146

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

一、单项选择题(本大题共 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 企业可以通过提供合适的产品组合来激发消费者的需要,这是因为消费者行为是
A. 复杂的 B. 多变的 C. 不可捉摸的 D. 可诱导的
2. 某消费者在用完“海飞丝”洗发水后,又迅速购买了一瓶该品牌的洗发水,该消费者是
A. 扩展型决策 B. 有限型决策
C. 名义型决策 D. 冲动型决策
3. 根据马斯洛的需要理论,人类最高级的需要是
A. 自尊的需要 B. 安全需要
C. 自我实现的需要 D. 归属和爱的需要
4. 消费者在购买某些高档商品时,即对所选的商品爱不释手,又嫌商品的价格过高,这体现了消费者在购买过程中的哪种冲突?
A. 趋避冲突 B. 双趋冲突 C. 双避冲突 D. 单趋冲突
5. 由于市场营销环境不断变化,新产品、新品牌不断涌现,消费者的购买行为必须经过多方搜集有关信息后才能做出购买决策,这本身就是一个
A. 驱使过程 B. 学习过程 C. 强化过程 D. 刺激过程

非选择题部分

注意事项：

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上，不能答在试题卷上。

三、名词解释(本大题共 4 小题，每小题 3 分，共 12 分)

21. 求名动机
22. 感觉
23. 消费者态度
24. 流行

四、简答题(本大题共 4 小题，每小题 6 分，共 24 分)

25. 影响注意的刺激物因素有哪些？
26. 消费者态度的功能。
27. 决定参照群体影响强度的因素有哪些？
28. 消费者的不满情绪有哪几种表达方式？

五、论述题(本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分)

29. 消费者的自我概念与产品的象征性有何关系？举例说明哪些产品最有可能成为传递自我概念的象征品。
30. 试述从消费者行为分析角度看，马斯洛需要层次理论的启示。

六、案例题(本大题共 2 小题，第 31 小题 6 分，第 32 小题 8 分，共 14 分)

2003 年，两则丰田公司汽车广告在网络上引起不小的波澜。其一为刊登在《汽车之友》第 12 期杂志上的“丰田霸道”广告：一辆霸道汽车停在两只石狮子之前，一只石狮子抬起右爪做敬礼状，另一只石狮子向下俯首，背景为高楼大厦，配图广告语为“霸道，你不得不尊敬”；其二为“丰田陆地巡洋舰”广告：该汽车在雪山高原上以钢索拖拉一辆绿色国产大卡车，拍摄地址在可可西里。

“这是明显的辱华广告！”一位网友留下如是文字。很多网友认为，石狮子有象征中国的意味，“丰田霸道”广告却让它们向一辆日本品牌的汽车“敬礼”、“鞠躬”。“考虑到卢沟桥、石狮子、抗日三者之间的关系，更加让人愤恨”。对于拖拽卡车的“丰田陆地巡洋舰”广告，很多人则认为，广告图中的卡车系“国产东风汽车，绿色的东风卡车与我国的军车非常相像。”

为此，众多网友在新浪汽车频道、tom 以及 xcar 等专业网站发表言论，认为丰田公司的两则广告侮辱了中国人的感情，伤害了国人的自尊。更有网友发出言语过激的评论。

面对一些民众和媒体的声讨,丰田公司通过官方媒体发出致歉信,向中国消费者公开致歉。致歉信说:“丰田汽车公司对最近中国国产陆地巡洋舰(Land Cruiser)和霸道的两则广告给读者带来的不愉快情绪表示诚挚的歉意。这两则广告均属纯粹的商品广告,毫无他意。”致歉信宣布丰田汽车公司“已停止这两则广告的投放”。

请根据以上案例材料回答:

31. 什么是核心价值观? 核心价值观有何特征?
32. 运用消费者行为学的相关理论分析丰田辱华广告为什么会引起网友的反感?