

浙江省 2017 年 4 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. 在同一个班级里,每一位同学的着装都不一样,这说明消费者行为具有
A. 复杂性 B. 多样性 C. 共性 D. 可诱导性
2. 一般来说,消费者在购买下列商品时,介入程度最低的是
A. 汽车 B. 矿泉水 C. 手机 D. 药品
3. 根据马斯洛的需要理论,中秋节华人购买月饼并与家人一起享用,这体现的是
A. 爱与归属需要 B. 安全需要
C. 自我实现的需要 D. 生理需要
4. 手机待机时间远低于手机企业的承诺,这属于知觉风险中的
A. 功能风险 B. 物质风险 C. 社会风险 D. 心理风险
5. 记忆时间最短的是
A. 永久记忆 B. 感觉记忆 C. 短时记忆 D. 长时记忆
6. AIO 研究法常被用来研究消费者的
A. 生活方式 B. 态度 C. 信念 D. 自我概念
7. 文化的核心是
A. 文字 B. 制度 C. 价值观 D. 行为准则

8. 对消费者行为的影响最大的群体是
- A. 朋友 B. 家庭成员 C. 工作群体 D. 购物群体
9. 戴维斯等的研究发现,越是进入购买决策的后期,家庭成员越倾向于
- A. 妻子主导型决策 B. 丈夫主导型决策
- C. 自主型决策 D. 联合型决策
10. 消费者满意是其对产品或服务的期望水平与实际认知水平之间的
- A. 主观评价 B. 客观评价 C. 主观映像 D. 客观映像

二、判断题(本大题共 10 小题,每小题 1 分,共 10 分)

判断下列各题,在答题纸相应位置正确的涂“**A**”,错误的涂“**B**”。

11. 消费者行为研究是企业营销决策和制定营销策略的基础。
12. 名义型购买决策与习惯型购买决策本质上是一样的。
13. 消费者动机源于内在的需要或外在刺激,甚至源于需要与外在刺激的共同作用。
14. 消费者只能被动地接受广告的展露。
15. 感觉记忆的内容最接近于原来的刺激,因此记忆的时间更长。
16. 消费者的态度深藏于个体内心,是不可把握的。
17. 消费者可以在不同的情境下选择不同的自我概念来指导其态度和行为。
18. 家庭购买决策也具有组织类似的客观评价标准。
19. 虽然流行与习惯存在联系,但流行并不具有转化为习惯的可能性。
20. 社会或群体的核心价值观具有一定的稳定性,企业或营销者应努力适应。

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、名词解释题(本大题共 3 小题,每小题 3 分,共 9 分)

21. 消费者行为
22. 认知质量
23. 角色超载

四、简答题(本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分)

24. 简述消费者动机的特征。
25. 影响消费者抱怨行为的因素有哪些?

26. 影响遗忘的因素有哪些?

27. 简述流行与消费者行为的关系。

五、论述题(本大题共 2 小题,每小题 12 分,共 24 分)

28. 自我概念有哪几种类型? 举例说明自我概念对消费者行为的影响。

29. 试述消费者是如何形成对产品质量的知觉的。

六、案例题(本大题共 2 小题,第 30 小题 5 分,第 31 小题 8 分,共 13 分)

身穿“背靠背”外套,脚踩“耐克”运动鞋,背着“阿迪达斯”双肩背包,戴着“斯沃琪”限量版手表,用着新款三星手机,骑着捷安特变速自行车,北京某普通中学高二学生小曦对自己的这身行头颇为满意。记者注意到,小曦“入时”的装扮在这所学校里并不少见,一种新的攀比现象目前正在中小學生中蔓延开来。

“在我们学校读书的,家里条件都不错,所以不能穿得太不像样子。”记者在劳动路某中学采访时,一位高个子男生这样告诉记者。记者走访了市区的几所名牌中学,学生们大多持以上观点,认为名牌鞋、时髦手机、高档文具是同学都拥有的,自己用这些东西也是理所当然,算不上奢侈,不是攀比。“穿一双耐克鞋没什么好炫耀的,我们班上同学不少都穿名牌鞋。”

记者还在一些“名校”观察到,大多数学生脚下蹬的都是各式各样的名牌运动鞋,有的正把玩着各式高档手机。就读于雨花区某名牌小学的周同学,家庭条件也一般,却认为“鞋子一定要穿好的”。他告诉记者,自己在班上成绩一般,如果穿得“没式样”,就会被排斥在班上“核心圈子”之外。——改自《经济参考报》报道

30. 什么是参照群体? 参照群体对消费者具有何种功能?

31. 以中学生消费攀比如例,谈谈决定参照群体影响强度的因素有哪些。