

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. 购买决策类型中消费者介入程度最高的是

- A. 有限型决策 B. 冲动型决策 C. 扩展型决策 D. 名义型决策

2. 下列不属于外部信息搜集的信息来源是

- A. 个人记忆 B. 同事 C. 商业传媒 D. 朋友

3. “鱼和熊掌不能兼得”,说明动机存在_____冲突。

- A. 回避-回避 B. 接近-接近 C. 接近-回避 D. 获得-获得

4. 人脑对刺激物各种属性和各个部分的整体反映,指的是人的

- A. 知觉 B. 后觉 C. 感觉 D. 通觉

5. 记忆是一个复杂的心理过程,其基本的环节为

- A. 复述-编码-提取 B. 识记-保持-回忆
C. 识记-保持-再认或回忆 D. 编码-储存-提取

6. “消费者希望如何看自己”,指的是

- A. 社会的自我 B. 理想的自我
C. 理想的社会自我 D. 实际的自我

7. 下列不属于文化特点的是
- A. 适应性 B. 易变性 C. 群体性 D. 社会性
8. 很多现代女性所体验到的那种既要成为事业上的强者,又要当贤妻良母的矛盾,指的是
- A. 角色演化 B. 角色超载 C. 角色冲突 D. 角色压力
9. 在家庭购买决策中,第一个提出要购买某商品的人被称作
- A. 倡议者 B. 决策者 C. 影响者 D. 购买者
10. 下列不属于品牌忠诚度测定方法的是
- A. 货币测定法 B. 归因法 C. 比较法 D. 频率测定法

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。

二、名词解释题(本大题共 5 小题,每小题 3 分,共 15 分)

11. 刺激的泛化
12. 住户
13. 购买情境
14. 家庭生命周期
15. 有限型决策

三、简答题(本大题共 4 小题,每小题 5 分,共 20 分)

16. 简述态度的含义及其功能。
17. 消费者不满情绪的表达方式有哪些?
18. 简述流行的含义与特征。
19. 生活方式与个性有何联系和区别?

四、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

20. 试述研究消费者行为的意义。
21. 购买知觉风险有哪些类型?产生知觉风险的原因是什么?

五、案例题(本大题共 2 小题,第 22 小题 12 分,第 23 小题 13 分,共 25 分)

22. 在一项研究中,专家要受测者评价三件完全一样的衬衫,并从其中选择一件最佳的。在实验情境下,专家安排了三个实验助手,与受测者一同做选择。结果发现,当受测者独自一人做选择的时候,他们仅凭运气去选择,因而所选择的结果完全是随机的;但是,如果安排三

个助手与他们一起做选择的话,则个人的选择就不是随机的,他们有选择某一件衬衫的倾向。

请问:(1)出现上述情形的原因是什么?(3分)

(2)参照群体通常通过怎样的方式影响人们的行为?(9分)

23. 网络游戏有不同的分类,其中一种被称为网络在线游戏(Online Games),可容纳上千人乃至上万人,提供玩家们在网上建造属于自己的虚拟世界。由于游戏的画面十分逼真,三维画面和音响效果可以让游戏里的一切都与现实中的真实情景一样,枪、刀、剑、车、楼、人、怪物、海水、天空、山峰,动作的频率、速度、角度,物体之间的作用结果,让人沉迷其中,难以分清游戏中的虚假与现实中的真实。网络在线游戏除了真实之外还有一个吸引人的地方在于:游戏玩家都扮演着不同的角色,他们在与每个角色背后的人斗智斗勇。一个网络在线游戏,通常都有成百上千人同时在线,对抗、合作、恃强凌弱、行侠仗义、欺骗、炫耀、谩骂……都发生在玩虚拟游戏的人和人之间。网络在线游戏是在模拟一个社会,玩家在这个社会里不断表现自己,争强好胜的性格促使他们不断追求,装备要最好的,地位要最高的,出人头地的快感让玩家们难以自拔……

问题:从以上的资料不难看出网络在线游戏是吸引很多青少年流连网吧的原因,往往一次会有成百上千人同时在网络上玩一种游戏。试从马斯洛的需要层次理论来说明这些青少年背后的可能动机。(13分)