

浙江省 2021 年 4 月高等教育自学考试

消费者行为学试题

课程代码:07146

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

2. 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。

选择题部分

注意事项:

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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 在家庭的生命周期中,_____的家庭更多地侧重于健康类产品与服务,开始追求新的爱好和兴趣。

- A. 单身阶段 B. 满巢阶段 C. 新婚阶段 D. 空巢阶段

2. 企业对于选择广告刊登的载体非常注意,这是因为_____情境会影响广告的宣传效果。

- A. 决策 B. 使用 C. 沟通 D. 购买

3. 人生来就具有特定的、预先程序化的行为倾向,这种行为倾向纯由遗传因素所决定,这一观点属于

- A. 本能说 B. 精神分析说 C. 驱力理论 D. 需要层次论

4. 消费者感到别人如何看自己,属于_____的自我概念。

- A. 理想 B. 社会 C. 实际 D. 期待

5. 记忆系统的加工顺序是

- A. 感觉记忆-短时记忆-长时记忆 B. 短时记忆-感觉记忆-长时记忆

- C. 短时记忆-长时记忆-感觉记忆 D. 感觉记忆-长时记忆-短时记忆

6. 以下消费情境中,适合播放快节奏音乐的是

- A. 化妆品商店 B. 服装店 C. 快餐店 D. 超市

7. 由于消费者行为的_____,企业可以通过提供合适的产品来激发消费者的需要。
- A. 复杂性 B. 多变性 C. 共性 D. 可诱导性
8. 近年来,年轻人中逐渐形成了健身和养生两种风气,前者积极购买健身用品,后者则对滋补类产品更感兴趣。这体现了消费者在_____上的不同之处。
- A. 感觉 B. 知觉 C. 学习 D. 信念
9. 人们有时购买产品或服务纯粹是为了获得一种情绪或情感上的体验,持有这种认知的研究者采用的消费者行为研究方法是
- A. 决策导向研究法 B. 经验导向研究法
C. 行为影响研究法 D. 案例研究法
10. 顾客在超市购物的时候被免费赠予了某款口香糖的适用装,尝试后发现味道非常不错,主动购买,再次获得了赠品。这一促销手段是受哪一种学习理论启发?
- A. 操作性条件反射理论 B. 经典性条件反射
C. 认知学习理论 D. 社会学习理论

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. 将消费者的购买行为视为一个理性的问题解决过程是经验导向研究法。
12. 动机是引起个体活动,维持已引起的活动,并促使活动向某一目标进行的内在作用。
13. 住户和家庭一样注重婚姻血缘关系。
14. 延伸自我由自我和拥有物两部分构成。
15. 学习强度是指习得行为或反应不被遗忘、能够持续的程度。
16. 社会阶层只存在于资本主义国家。
17. 认为消费者购买产品或服务是为了获得情绪或情感体验的是行为影响研究法。
18. 时间压力会导致消费者更依赖外部信息。
19. 美团点评开始做美团打车,运用了刺激的强化原理。
20. 当产品本身的特征能够在较大程度上预示产品的内在质量时,消费者可能主要依据内在线索而不是外在线索判断和评价产品的质量。

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 4 小题,每小题 3 分,共 12 分。

21. 沟通情境
22. 社会的自我概念
23. 家庭购买决策
24. 需要

四、简答题:本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分。

25. 消费者形成购买意向后,哪些因素影响最终的购买行为?
26. 消费者如何减少知觉风险?
27. 参照群体对消费者的影响有哪些?
28. 从人类心理需要的角度说明为什么会形成流行。

五、论述题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

29. 影响消费者对产品或商标预期的因素有哪些? 举例说明企业应重点关注哪些因素。
30. 简述消费者购买行为的五个阶段,并介绍中国文化如何在这些阶段中影响消费者购买行为。

六、案例题:本大题共 2 小题,第 31 题 6 分,第 32 题 8 分,共 14 分。

2020 年是不平凡的一年,疫情的影响下,直播的风潮席卷全网。作为直播届的“口红一哥”,李佳琦直播间粉丝从年初的 1600 万涨到 3800 万+,翻了一倍有多。在流量关注度上,也丝毫不逊色于流量明星,几乎每个月都登上微博热搜榜。网上也流行着这样的段子:“不怕李佳琦说话,就怕他说 Oh my god。”“佳琦一句 Oh my god,我欠花呗一万八。”

李佳琦从欧莱雅出身,学过一年半的化妆技巧、直播技巧和销售技巧。并且经过系统的培训,从化妆步骤,认识单品到美妆培训都一一经过考试,具备很强的专业能力。除了“口红一哥”外,李佳琦还有其他一些富有个人特色的标签。“Oh my god!”“我的妈呀!”“太好看了吧!”等都是他的口头禅。点进李佳琦抖音主页的视频,也会发现他都是采用的统一的模式。拿出一套口红,逐一进行试色,描述各自特点,最后选出最值得购买的口红,被网友们称赞为简洁明确。

在早年,直播给人的感觉更多的是低俗廉价,但是在李佳琦、薇娅等直播达人的努力下,人们早已扭转了对直播的看法,双十一、双十二大战中纷纷掐着点进直播间抢货。许多网友进入李佳琦的直播间后,说的最多的一句话是,“真香”。

31. 消费者态度改变的过程可分为哪几个部分?

32. 以李佳琦为例分析,他具有哪些特征,才能如此有效地影响消费者的购买意愿?