

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. 着眼从情绪和情感体验角度对消费者行为进行研究的是
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. 个案研究法
2. 在以下影响消费者行为的因素中,属于个人因素的是
A. 感觉与知觉
B. 生活方式与自我概念
C. 学习与记忆
D. 信念与态度
3. 在影响消费者的环境因素中,以下哪些因素是企业可以控制的
A. 生活方式
B. 社会文化
C. 促销
D. 社会阶层
4. 能够使个体感觉到的最小刺激变动量被称为
A. 绝对阈限
B. 差别阈限
C. 感觉差异
D. 相对阈限
5. 最接近于原来的刺激的是
A. 感觉记忆
B. 短时记忆
C. 长时记忆
D. 持久记忆

6. 消费者购买奢侈品以彰显实力的消费,是以下哪种自我概念的购买行为体现?

- A. 社会的自我
- B. 理想的自我
- C. 期待的自我
- D. 实际的自我

7. 霍林舍社会地位指数法从哪两个方面综合测量消费者所处的社会阶层?

- A. 教育、收入
- B. 职业、收入
- C. 职业、教育
- D. 职业、居住的区域

8. 在传统的家庭生命周期的哪个阶段,消费者相对而言比较崇尚娱乐和休闲?

- A. 单身阶段
- B. 新婚阶段
- C. 满巢阶段
- D. 空巢阶段

9. 下列社会群体中,更侧重对内在价值追求的社会群体是

- A. 家庭
- B. 朋友
- C. 邻里
- D. 工会

10. 一般情况下,消费者对产品认知的基础是产品的

- A. 广告
- B. 价格
- C. 品牌
- D. 实际品质

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. 由于消费者行为的多样性与复杂性,探索消费者行为的规律基本上是不可行的。

12. 当企业的品牌处于行业领导地位时,应努力降低消费者在信息搜寻过程中的成本并提高其搜寻的收益。

13. 根据双因素理论,商品为消费者提供的基本利益与价值可视为保健因素。

14. 产品的质量直接决定了消费者对产品的认知质量,两者是一致的。

15. 班图纳的社会学习理论的一个最显著特点就是强调学习过程中社会条件的作用。

16. 在高介入的购买情形下,消费者态度更容易改变。

17. 企业只能努力去适应而不是改变某一社会或群体的核心价值观。

18. 消费者在购买日常生活用品时受参照群体的影响较大。

19. 家庭作为一个社会的基本组织,一般不具有经济功能。

20. 具有品牌忠诚的消费者只会接受某一特定产品,而不会接受替代产品。

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. 双避冲突
22. 展露
23. 感觉记忆
24. 参照群体

四、简答题(本大题共 4 小题,每小题 6 分,共 24 分)

25. 消费者的需要与动机有何联系与区别?
26. 消费者如何形成对产品质量的知觉?
27. 影响遗忘的因素有哪些?
28. 流行的特征。

五、论述题(本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分)

29. 感觉与知觉有何区别与联系?
30. 联系实际,谈谈企业如何有效地利用名人效应?

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)

随着年龄的增长,许多年轻女孩为了防止眼袋和眼角纹的出现,很早就开始使用眼霜,而马丽却对此不以为然:“今年才 23 岁,什么眼袋、眼角纹离我还很遥远。如果岁月不留人,眼霜如何能留住青春。据说中档的眼霜就要几百元,还未必有显著效果。”然而,有一天马丽突然发现周围的朋友们全在用眼霜,甚至许多人还比自己年龄小。“眼霜真的有必要吗?”马丽问朋友。“当然,至少可以延迟衰老。你应该用些眼霜了,眼袋已经很明显了。”几乎所有的朋友都这样说。于是有一天,马丽也悄悄地用上了眼霜。

31. 什么是从众? 消费者为什么会从众?
32. 结合案例,谈谈影响马丽从众的个体因素有哪些?