


中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构



- 自考名师全程视频授课，图像、声音、文字同步传输，享受身临其境的教学效果；
- 权威专家在线答疑，提交到答疑板的问题在 24 小时内即可得到满意答复；
- 课件自报名之日起可反复观看，不限时间、地点、次数，直到当期考试结束后一周关闭；
- 付费学员赠送 1G 超大容量电子信箱；及时、全面、权威的自考资讯全天 24 小时更新；
- 一次性付费满 300 元，即可享受九折优惠；累计实际交费金额 500 元或支付 80 元会员费，可成为银卡会员，购课享受八折优惠；累计实际交费金额 1000 元或支付 200 元会员费，可成为金卡会员，购课享受七折优惠（以上须在同一学员代码下）；

英语/高等数学预备班：英语从英文字母发音、国际音标、基本语法、常用词汇、阅读、写作等角度开展教学；数学针对有高中入学水平的数学基础的同学开设。通过知识点精讲、经典例题详解、在线模拟测验，有针对性而快速的提高考生数学水平。[立即报名！](#)

基础学习班：依据全新考试教材和大纲，由辅导老师对教材及考试中所涉及的知识进行全面、系统讲解，使考生从整体上把握该学科的体系，准确把握考试的重点、难点、考点所在，为顺利通过考试做好知识上、技巧上的准备。[立即报名！](#)

真题串讲班：教育部考试中心已经启动了自考的国家题库建设，熟练掌握自考历年真题成为顺利通过考试的保障之一。自考 365 网校与权威自考辅导专家合作，推出真题串讲班网上辅导课程。通过对课程的整体情况分析及近 3 次考试的真题讲解，全面梳理考试中经常出现的知识点，并对重点难点问题配合典型例题扩展讲解。串讲班课程在考前一个月左右开通。[立即报名！](#)

习题班：自考 365 网校与北大燕园合作推出，每门课程均涵盖该课程全部考点、难点，在线测试系统按照考试难度要求自动组卷、全程在线测试、提交后自动判定成绩。我们相信经过反复练习定能使您迅速提升应试能力，使您考试梦想成真！[立即报名！](#)

自考实验班：针对高难科目开设，签协议，不及格退还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

浙江省 2009 年 4 月高等教育自学考试 消费者行为学试题 课程代码：07146

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，请将其代码填写在题后的括号内。错选、多选或未选均无分。

1. 购买决策类型中消费者介入程度最低的是（ ）
 - 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. 下列不属于动机的特征是（ ）
 - A. 直接性
 - B. 多重性
 - C. 学习性
 - D. 复杂性
3. 下列不属于消费者的知觉风险类型的是（ ）
 - A. 功能风险
 - B. 购买风险
 - C. 经济风险
 - D. 社会风险
4. 假设这样的情景：当你发现朋友家的某种品牌的音响设备效果特别好，就可能在头脑中留下印象，在自己需购置音响设备时，不自觉的想到朋友家的音响，并形成某种选择或购买意向，这运用了消费者学习方法中的（ ）

- A.观察学习法
B.认知学习法
C.试误法
D.模仿法
- 5.下列哪种理论，认为消费者最终态度是由趋近和回避两种因素的相对强度来决定的？（ ）
A.认知相符论
B.认知失调论
C.诱因论
D.学习论
- 6.“消费者感到别人如何看待自己”，指的是（ ）
A.社会的自我
B.期待的自我
C.理想的社会自我
D.实际的自我
- 7.消费者具有该群体成员资格，但对其行为标准、态度和价值观持否定或反对态度的群体，称为（ ）
A.避免群体
B.否认群体
C.接触群体
D.渴望群体
- 8.有些消费者会较其他消费者更频繁或更多的为他人提供信息，从而在更大程度上影响别人的购买决策，这样的消费者被称为（ ）
A.影响者
B.倡议者
C.意见领袖
D.建议者
- 9.下列不属于遗忘的三种学说的是（ ）
A.动机说
B.痕迹衰退说
C.干扰抑制说
D.压抑说
- 10.一项关于减肥食品营养价值评价的研究中，互不相识的一组同学所作的判断，强烈的受到小组中其他成员的影响，这种现象称为（ ）
A.霍金斯效应
B.海德效应
C.谢里夫现象
D.阿希现象

二、名词解释（本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分）

- 1.联合家庭
- 2.削弱型学习
- 3.角色超载
- 4.口传
- 5.狭义的消费者

三、简答题（本大题共 4 小题，每小题 5 分，共 20 分）

- 1.什么叫购买动机的冲突？它有哪些类型？

- 2.简述亚文化的含义及其主要类型。
- 3.什么叫品牌忠诚？培养消费者对品牌的忠诚有何意义？
- 4.什么是家庭购买决策？有哪些方式？

四、论述题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

- 1.消费者是如何形成对产品质量的知觉的？了解这方面的知识对企业开展营销活动有什么意义？
- 2.试述消费者态度形成的学习论和诱因论的联系与区别。

五、案例题（本大题共 2 小题，第 1 小题 12 分，第 2 小题 13 分，共 25 分）

1.唐小姐正准备为找工作而参加面试，她觉得要给面试官一个好印象，一套合适的衣服必不可少。看看自己的衣柜，她发现那些花花绿绿的衣服似乎都不满意，忽然看到有一套蓝色套装，那是她妈妈在三年前为她买的，她试试有些紧身，而且发现这套衣服已经不够时髦。她决定去买一套新衣服。唐小姐喜欢在 S 和 G 公司购物，但这两家公司都不出售职业服装。她突然想起了一则登在某报纸上的广告，这则广告是为一家大型百货公司的服装进行宣传。她决定到这家商场去看看，并且请她的朋友李小姐陪她前往。唐小姐很欣赏李小姐对服装的看法，因为李小姐是一个真正的模特，而且有着很高的品味。步入这家商店，她们看到一些 P·E 牌的服装。唐小姐简单地浏览了一下这些衣服，觉得这些衣服对她而言太昂贵了，而且和妈妈买的蓝色套装相比，这些衣服又太过于新潮，妈妈肯定不赞同。而且她准备参加的是银行的面试，所以她觉得自己需要一套更保守些的衣服。

正在这时，一位销售人员走近了她们。在询问了唐小姐所要的服装样式及其尺寸后，这位销售人员向她展示了三套衣服。唐小姐在征求了李小姐对这三套服装的意见后，选择了其中的一套试穿。当唐小姐从试衣间出来时，她感觉衣服的肩部看上去不大合适，但是李小姐和销售员都认为这身衣服使唐小姐看上去很精神。当商店里的另一位顾客告诉她，她穿上这身衣服显得很有职业气质后，唐小姐决定买下它。

销售员陪同她们走向收款台，当她们经过一个皮鞋卖场时，销售员站住了，拿起一双皮鞋在那套衣服上比划了一下，让唐小姐看看它们放在一起是多么相配。于是唐小姐决定将这双鞋也买下来。

问题：（1）根据消费者购买决策分类理论，唐小姐是属于哪一类购买决策，为什么？（6分）

（2）运用消费者决策过程的五阶段模型分析唐小姐购物所经历的相关阶段。（6分）

2.红叶超级市场营业面积 260 平方米，位于居民聚集区内的主要街道上，附近有许多各类商场和同类超级市场。营业额和利润虽然还过得去，但是与同等面积的商场相比，还是觉得不理想。通过询问部分顾客，得知顾客认为店内拥挤杂乱，商品质量差、档次低。听到这种反映，红叶超市经理感到诧异，因为红叶超市的顾客没有同类超市多，每每看到别的超市人头攒动而本店较为冷清，怎会拥挤呢？本店的商品都是货真价实的，与别的超市相同，怎说质量差、档次低呢？经过对红叶超市购物环境的分析，发现了真实原因。原来，红叶超市商品柜台位置不合理，顾客不易找到所需的商品，因而显得杂乱；为了充分利用商场的空间，柜台安放过多，过道太狭窄，购物高峰时期就会造成拥挤，顾客不愿入内，即使入内也是草草转一圈就很快离去；商场灯光暗淡，货架陈旧，墙壁和屋顶多年没有装修，优质商品放在这种背景下也会显得质量差档次低。为了提高竞争力，红叶超市的经理痛下决

心，拿出一笔资金对商店购物环境进行彻底改造。对商店的地板、墙壁、照明和屋顶都进行了装修；减少了柜台的数量，加宽了走道，仿照别的超市摆放柜台和商品，以方便顾客找到商品。整修一新重新开业后，立刻见到了效果，头一个星期的销售额和利润比过去增加了 70%。

- 问题：（1）红叶超市原先的购物环境中哪些因素是不利的？（5分）
（2）结合该案例谈谈购物环境对顾客的影响。（8分）