

国家开放大学电大《消费者行为学》终结性网考机考 5 套题库及答案五

【答案】绿色贸易壁垒 2. 按照消费者问题解决的方式，价值低、次数频的商品的购买决策属于（）。

【答案】常规反应决策 3. 关于顺从的正确表述是（）。

【答案】情绪好的时候人们顺从的可能性更大 4. 在人对现实的态度和相应的行为方式中的比较稳定的、具有核心意义的个性心理特征被称为（）。

【答案】性格 5. 关于消费者感知与产品实际质量的关系，下列表述正确的是（）。

【答案】实际的质量上升，消费者感知上升，消费者购买时还会有重复性购买行为 6. 网络营销具有极强的互动性，可促进消费者的主动性沟通，真正实现了企业与消费者的（）。

【答案】“一对一”营销 7. 按照我国有关法律规定，当发生损害消费者权益的问题时，首先本着（）的原则来处理问题。

【答案】谁经销谁负责 8. 空巢期 II 阶段的消费者表现为（）。

【答案】消费日趋理性，决策慎重，已经形成比较稳定的购买习惯 9. 由人所处社会环境因素决定的，以生理因素为基础的社会状态下的需要，属于（）。

【答案】社会性消费行为 10. （）是指人们从宣传绿色消费、提倡绿色消费到对绿色消费的自觉服从和主动追求的过程，是外在压力转化为内在动力的自我约束。

【答案】绿色消费意识 11. 根据动机理论中的双因素理论，商品的必备条件是（）。

【答案】保健因素 12. 顺利完成某一活动所必需的主观条件，可直接影响活动效率，并使活动顺利完成的个性心理特征被称为（）。

【答案】能力 13. 根据霍夫斯塔德提出的四个维度，人们对在组织或机构内对权力较少的成员的权力分配不平等这一事实的接受程度被称为（）。

【答案】权力距离 14. 个体在内外条件刺激下，对某些事物希望得到满足时的一种心理紧张状态被称为（）。

【答案】需要 15. 只有相等单位而没有绝对零点，根据（）不仅可以知道两事物之间在某种特点上有无差别，还可以知道它们相差多少。

【答案】等差量表二、多选题（共 10 题，共 10 分）1. 在消费者行为学中，下列哪几项属于商品或服务的范畴（）。

【答案】自我保护 【答案】监督手段 【答案】法律手段 【答案】经济手段 3. 网络促销是一种（）的营销方式，可通过信息和交互式交谈与消费者建立长期良好的关系。

【答案】低成本 【答案】人性化 4. 下列关于知觉的正确表述是（）。

【答案】知觉反映的是事物的意义 【答案】知觉的目的是解释作用于我们感官的事物是什么 【答案】知觉是一种信息概括的过程 【答案】知觉包含有思维的因素 5. 遗忘是对识记过的材料不能再认与回忆，或者错误地再认与回忆。解释遗忘的原因的理论包括（）。

【答案】行为理论 【答案】衰退理论 6. 态度是个人复杂的心理状态，其构成要素包括（）。

【答案】认知 【答案】情感 【答案】行为倾向 7. 群体压力对消费者行为的影响主要表现为消费者的（）。

【答案】从众心理 【答案】顺从心理 8. 关于决策正确的表述是（）。

【答案】决策要有明确的目标 【答案】决策要有两个以上备选方案
【答案】选择后的行动方案必须付诸实施 9. 关于李克特量表的正确表述是（）。

【答案】是评分加总式量表中最常用的一种，属同一构念的项目用加总方式来计分，它对单独或个别项目是无意义的 【答案】要求受测者对一组与测量主题有关的陈述语句发表自己的看法 【答案】通常情况下，李克特量表比同样长度的量表具有更高的信度 10. 绿色消费需要是一种满足自我、超越自我的理性行为，其内容一般符合（）原则。

【答案】3E 【答案】3R 三、判断题（共10题，共20分）1. 消费者的自我保护显得尤其重要，能够真正做到有效的保护自我，一般要从两个方面入手：一是提高自我保护意识，二是掌握和使用自我保护的方法。

T √ 2. 对消费者行为由简单的数量关系研究转向对消费利益关系的探讨。

F 某 3. 按经济学一般原理，温和的通货膨胀对经济的发展是有利的。可使消费者消费需求旺盛，购买能力不断增强，企业效益提高，工资水平上涨，并转化为新的购买力。

T √ 4. 根据动机理论中的驱力理论，行为潜能与短缺或需要强度同向变动，与产品的特性以及它在多大程度上能够满足需要以及通过努力实现目标的距离呈反向变动。

F 某 5. 消费者购后感知具有主观性、抽象性、相对性和非全面性的特点。

T √ 6. 商品的消费数量与消费者的收入水平总是正相关的。

F 某 7. 西尔斯说服模型认为，如果消费者认为说服者能够从说服信息中获益，人们就会相信说服者的可信度。

F 某 8. 一般认为，消费者情感承诺与口碑传播之间存在正相关关系。

T √ 9. 网络营销是一种无媒介销售，网络营销的分销链比传统渠道的要短，一般属于一级渠道，即直接销售。

F 某 10. 动机是需要产生的基础，当人们的某种动机没有得到满足时，它会推动人们寻找满足动机的途径。

F 某主观题四、问答题（共 2 题，共 20 分）1. 简述消费者投诉的范围。（试题分值：10 分）答：根据我国对消费者权益的具体规定，消费者在受到下列损害时，应及时向有关部门反映并进行投诉：（1）当消费者购买了假冒伪劣商品，利益受到损害时。（2 分）（2）消费者受到诱骗性销售方式的损害。（2 分）（3）消费者的有偿服务受到损害。（2 分）

（4）消费文化类商品时精神受到损害。（2 分）（5）因上述消费者权益受到损害时产生的精神伤害。（2 分）2. 什么是动机？如何理解动机的特征？（试题分值：10 分）答：（1）动机的含义。动机是激励和维持人的行动，并将行动导向某一目标，以满足个体某种需要的内部动因。（2 分）

（2）动机的特征有：主导性、（2 分）可转移性、（2 分）内隐性、（2

分)冲突性。(2分)五、案例分析题(共1题,共20分)小贩的智慧
有一天,布商萨耶下班回家,看见桌上放着一块布料,他知道这是妻子买的,心里很不高兴,因为这种布料在自己的店里积压了很多卖不出去。妻子告诉他在今年的游园会上,当地社交界最有名望的贵妇瑞尔夫人和泰姬夫人都会穿这种布料的衣服,这种布料将会流行起来。妻子还嘱咐他不要把这个消息说出去。萨耶对女人在服饰方面这种不甘人后的一窝蜂心理早就习以为常了,那两位贵妇可以说是当地妇女时装的向导,女人们对她们心目中仰慕的女人一向盲从。萨耶并没有把这件事放在心上,甚至他店中的这种布料被一个布贩全部买走了也没有引起他的注意。

……问题: (1) 游园会后, 妇女们为什么争相抢购这种布料? (2) 小贩和萨耶的成功与失败源自什么? 对你有何启示? (试题分值:20 分)答: 这个案例应是市场营销案例, 是商人经营技巧的显示。(2分)但从消费者行为角度看, 在本案例中, 小贩能很好地抓住女性消费者中普遍存在的“模仿、时尚、跟风”心理,(3分)并很好的运用了营销中,“发通知单”和“缺货销售”的两个基本技巧,使其大获成功。(2分)从营销的一般意义上看,“眼光敏锐”、“判断准确”、“行动迅速”,是商人经营制胜的基础。(4分)在经营中即使是最简单技巧的使用,也必须把握消费者的心理,(2分)否则技巧只能是书本上的理论。这是本案例对经营者的启示。(2分)题库二试卷总分:100 答题时间:90 分钟客观题一、单选题(共15题,共30分)1. 消费者的人格包括认知需求、自我监控和自尊心。高自我监控的人的行为表现为()。

【答案】对外界信息敏感 2. 在外界诸多刺激中仅注意到某些刺激或刺激的某些方面,而忽略了其他刺激被称为()。

【答案】选择性注意 3. 根据体液说，感受性低、耐受性高、不随意反应性强、具有可塑性、情绪兴奋性高、反应速度快而灵活的气质类型是（）。

【答案】多血质 4. 语言文字的材料在短时记忆中多为（）。

【答案】听觉编码 5. 只有相等单位而没有绝对零点，根据（）不仅可以知道两事物之间在某种特点上有无差别，还可以知道它们相差多少。

【答案】等差量表 6. 空巢期II阶段的消费者表现为（）。

【答案】消费日趋理性，决策慎重，已经形成比较稳定的购买习惯 7. （）是指人们从宣传绿色消费、提倡绿色消费到对绿色消费的自觉服从和主动追求的过程，是外在压力转化为内在动力的自我约束。

【答案】绿色消费意识 8. 由面对面互动所形成、具有亲密的人际关系和浓厚的感情色彩的社会群体被称为（）。

【答案】初级群体 9. 在网络营销中，不适宜采用的价格策略有（）。

【答案】撇脂价格策略 10. 关于负需要的正确表述是（）。

【答案】自我知觉理论 12. 美国心理学家霍夫兰德提出的消费者态度改变模型认为，要说服消费者发生态度改变，需要经历的首个阶段是（）。

【答案】注意 13. 在影响人们绿色消费的诸因素中，（）是最重要的因素。

【答案】收入 14. 在人对现实的态度和相应的行为方式中的比较稳定的、具有核心意义的个性心理特征被称为（）。

【答案】性格 15. 在消费者行为研究中，社会判断理论的典型表现就是（）。

【答案】选择性扭曲二、多选题（共 10 题，共 10 分）1. 在理论上，网络上可以销售任何形式的实物产品，但事实远非如此。在现阶段下列（）商品不适宜网络销售。

【答案】高档珠宝玉器 【答案】鲜活商品 2. 随着人们收入水平的提高，消费结构的良性变动反映为（）。

【答案】黏合 【答案】夸张 【答案】人格化 【答案】典型化 4. 注意的基本特征是（）。

【答案】集中性 【答案】指向性 5. 消费者监督的主要形式包括（）。

【答案】消费者维权活动 【答案】组织监督 【答案】舆论监督 6. 在消费行为中，从众的影响因素包括（）。

【答案】情景因素 【答案】地位因素 【答案】群体凝聚力 【答案】群体规模 7. 从消费者行为学的角度看，网络营销产生的基础包括（）。

【答案】科技创新 【答案】消费观念转变 【答案】市场竞争 8. 在消费者行为学研究中，常用的研究方法是（）。

【答案】观察法 【答案】问卷法 9. 消费者态度的改变与说服者自身特性相关的是（）。

【答案】受欢迎程度 【答案】专家资格 【答案】可信度 10. 消费者动机的功能有（）。

【答案】激活功能 【答案】维持功能 【答案】调整功能 【答案】指向功能三、判断题（共 10 题，共 20 分）1. 平衡理论是海德于 20 世纪 50 年

代提出的，其核心思想是指由于做了一项与态度不一致的行为会引发不舒服的感觉。

F 某 2. 在实际应用中，观察法主要用于研究消费者的预期行为，而对于现期消费者心理的研究则基本上是不适用的。

F 某 3. 人能察觉出同类刺激物之间极微小差别的能力被称为差别阈限。

F 某 4. 网络应用于企业经营时的一个突出的现象是：能使大企业变小，小企业变大，即所有企业在网上均表现为网址和虚拟环境。在消费者心目中缩小中小企业与大企业的差距。

T √5. 建立与消费者直接在网上协商价格的议价系统，使价格具有一定灵活性和多样性，是网络定价的一个特点。

T √6. 现代消费行为理论认为：消费者和家庭的消费行为是个人和家庭的自主行为。

F 某 7. 品牌知晓度是向消费者提示品牌所属品类中的所有竞争品牌时，消费者认识某品牌的比例。

F 某 9. 消费者的高级情感包括道德感、理智感、审美和心境。

F 某 10. 减少失调感的购买行为的特征是低度消费者介入但有着显著的品牌差异，此时可看到消费者经常转换品牌。

……问题： 1. 人们青睐地摊商品（本例中的馒头、蔬菜）的心理原因是什么？ 2. 结合马斯洛的层次论，说明“馒头”消费属于哪一层次？他的需求特点是什么？（要求写出一篇 400 字以上的案例分析。）（试题分值：20 分）答：（1）人们大多是以“求实心理”来购买“馒头”等基本生活用品，（4 分）当那些“放心品牌”无法满足人们需求愿望时，人们必

然青睐方便、实惠的地摊商品。（4分）（2）按马斯洛的需要层次论，日常生活中的“馒头”消费基本属于生理需要范畴，需求特点是物美价廉、方便实惠（这里不包括礼品馒头、面食等）。（8分）题库三试卷总分：100 答题时间：90分钟客观题一、单选题（共15题，共30分）1. 绿色营销的推行是一项长期的系统工程，不能定义为纯粹的（）。

【答案】企业行为 2. 网络营销是一种以（）为主导的营销方式。

【答案】消费者 3. 根据霍夫斯塔德提出的四个维度，人们对在组织或机构内对权力较少的成员的权力分配不平等这一事实的接受程度被称为（）。

【答案】权力距离 4. 力求认识某种事物和从事某项活动的意识倾向被称为（）。

【答案】兴趣 5. 按消费者购买目标选定程度，在消费者决策过程中提出各个备选方案，每个方案都有几种不同结果可以知道，这种决策属于（）。

【答案】半确定型 6. 在消费者行为研究中，社会判断理论的典型表现就是（）。

【答案】选择性扭曲 7. 由于经验或实践的结果而发生的持久或相对持久的适应性行为变化，称为（）。

【答案】学习 8. 先向对方提出一个小要求，再向对方提出一个大要求，那么对方接受大要求的可能性会增加的顺从技巧被称为（）。

【答案】脚在门内技巧 9. 关于顺从的正确表述是（）。

【答案】情绪好的时候人们顺从的可能性更大 10. “踏脚进门技巧”的推销技术利用态度形成理论中的（）。

【答案】自我知觉理论 11. 西尔斯说服模型认为，在说服信息非常复杂时，最好的信息呈现方式是（）。

【答案】书面信息 12. 语言文字的材料在短时记忆中多为（）。

【答案】听觉编码 13. 人的感官察觉微弱刺激的能力称为（）。

【答案】绝对感受性 14. 顺利完成某一活动所必需的主观条件，可直接影响活动效率，并使活动顺利完成的个性心理特征被称为（）。

【答案】能力 15. 关于消费者感知与产品实际质量的关系，下列表述正确的是（）。

【答案】实际的质量上升，消费者感知上升，消费者购买时还会有重复性购买行为二、多选题（共 10 题，共 10 分）1. 根据动机理论中的诱因理论，影响有效行为潜能的要素包括（）。

【答案】驱力 【答案】习惯强度 【答案】诱因 2. 就实质而言，绿色营销是一种（）负责的营销活动。

【答案】对自然 【答案】对社会 3. 了解一个品牌的竞争力和健康程度，需要综合考虑的因素包括（）。

【答案】品牌对消费者的价值传递 【答案】品牌在市场中的直观表现

【答案】品牌的竞争前景 4. 消费者想象的形式可划分为（）。

【答案】黏合 【答案】夸张 【答案】人格化 【答案】典型化 5. 根据希腊医生希波克利特的体液说，后人将人的气质类型归纳为（）。

【答案】抑郁质 【答案】黏液质 【答案】多血质 【答案】胆汁质 6. 关于李克特量表的正确表述是（）。

【答案】是评分加总式量表中最常用的一种，属同一构念的项目用加总方式来计分，它对单独或个别项目是无意义的 【答案】要求受测者对一组与测量主题有关的陈述语句发表自己的看法 【答案】通常情况下，李克特量表比同样长度的量表具有更高的信度 7. 影响口碑型信息源传播效果的因素包括（）。

【答案】口碑的主动搜寻 【答案】关系强度 【答案】感知风险 8. 网络促销是一种（）的营销方式，可通过信息和交互式交谈与消费者建立长期良好的关系。

【答案】低成本 【答案】人性化 9. 影响绿色消费行为的主要因素有（）。

【答案】社会文化因素 【答案】绿色教育 【答案】消费者自身因素 10. 在消费者购物活动中，存在的两个基本选择要素是（）。

【答案】商品 【答案】服务 三、判断题（共 10 题，共 20 分） 1. 一般情况下，刺激量的大小与感觉强度呈正相关，刺激物物理强度的变化将导致感觉产生等量的变化。

F 某 2. 减少失调感的购买行为的特征是低度消费者介入但有着显著的品牌差异，此时可看到消费者经常转换品牌。

F 某 3. 品牌知晓度是向消费者提示品牌所属品类中的所有竞争品牌时，消费者认识某品牌的比例。

T √ 4. 态度作为一种心理倾向，通常以语言形式的意见，或非语言形式的动作、行为等作为自己的表现形式。

以上内容仅为本文档的试下载部分，为可阅读页数的一半内容。如要下载或阅读全文，请访问：<https://d.book118.com/528141045002007007>