|  |
| --- |
| 消费者行为学·第1次测验 |
| 一、单项选择题（在各题的备选答案中，只有一项是最优答案，请将正确答案的序号填在括号里） |
| 2.1．在生活中，无论个人自愿与否，都会被他人使用、利用或剥削，并用以在市场中获取商业利益的人，属于（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.消费者 |
| B.被消费者 |
| C.个人消费者 |
| D.集团消费者 |
| 正确答案：B |
| 3.2．生产消费与生活消费共同构成广义消费的内涵，而狭义消费则专指（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.物质消费 |
| B.精神消费 |
| C.生活消费 |
| D.生产消费 |
| 正确答案：C |
| 4.3．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（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.社会性消费行为 |
| B.本能性消费行为 |
| C.个人消费 |
| D.集团消费 |
| 正确答案：A |
| 5.4．消费者行为研究的趋势之一是：消费者行为与社会问题的（）研究。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.市场化 |
| B.互动性 |
| C.功利性 |
| D.双赢性 |
| 正确答案：B |
| 6.5．在消费者行为学的研究方法中用以测定个性心理特征的方法是（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.访问法 |
| B.问卷法 |
| C.模型法 |
| D.投射法 |
| 正确答案：D |
| 7.6．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（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.需求 |
| B.需要 |
| C.动机 |
| D.驱力 |
| 正确答案：B |
| 8.7．最近几年，绿色食品越来越为消费者所青睐，根据马斯洛需要层次论，对于绿色食品的追求属于（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.生理需要 |
| B.社交需要 |
| C.安全需要 |
| D.尊重需要 |
| 正确答案：C |
| 9.　8．关于负需要的正确表述是（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.目标市场顾客对某种产品从来不感兴趣或漠不关心 |
| B.消费者对某类商品或与该商品相联系某一部分感到厌恶，甚至乐于支出一定的货币进行回避 |
| C.目标市场顾客对某些产品或服务的需要出现了下降趋势 |
| D.某种物品或者服务的目前需要水平和时间等于预期的需要水平和时间的一种需要状况 |
| 正确答案：B |
| 10.在现有产品或服务不能满足消费者现期需要的情况下存在的是（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.无需要 |
| B.充分需要 |
| C.超饱和需要 |
| D.潜在需要 |
| 正确答案：D |
| 11.10．根据动机理论中的驱力理论，决定行为方向的是（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.驱力 |
| B.欲望 |
| C.习惯 |
| D.诱因 |
| 正确答案：C |
| 12.消费者以追随自己喜爱、崇拜的偶像为主要目标的购买动机是（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.从众型购买动机 |
| B.追求审美的购买动机 |
| C.追求偏好的购买动机 |
| D.模仿型购买动机 |
| 正确答案：D |
| 13.12．在人对现实的态度和相应的行为方式中比较稳定的、具有核心意义的个性心理特征被称为（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.气质 |
| B.性格 |
| C.能力 |
| D.兴趣 |
| 正确答案：B |
| 14.13．黏液质的消费者在购物时，表现为（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.通常主动与售货员进行接触，积极提出问题并进行咨询 |
| B.容易感情冲动，经常凭个人的兴趣、偏好，以及对商品外观的好感选择商品 |
| C.通过理智分析做出购买决定，同时善于控制自己的感情 |
| D.不过分注重和强调自己的心理感受，对于购买和使用商品的满意程度不十分苛求 |
| 正确答案：C |
| 15.德国教育学家和哲学家斯普兰格认为，人的性格以固有的气质为基础，同时也受（）影响。他将人的性格分为6种类型：即理论型、经济型、审美型、社会型、权力型和宗教型。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.文化的 |
| B.气质的 |
| C.能力的 |
| D.兴趣的 |
| 正确答案：AB |
| 16.15．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（）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.气质 |
| B.性格 |
| C.能力 |
| D.兴趣 |
| 正确答案：C |
| 二、多项选择题（在各题的备选答案中，至少有2个以上的正确选项，请将正确选项的字母填在括号里。） |
| 18.1．用现代经济学的观点，可以把人类的消费行为划分为（）两大范畴。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.物质消费 |
| B.精神消费 |
| C.生活消费 |
| D.生产消费 |
| E.文化消费 |
| 正确答案：DE |
| 19.2．在消费者购物活动中，存在两个基本选择要素，它们是（）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.商品 |
| B.便利 |
| C.服务 |
| D.地点 |
| E.时间 |
| 正确答案：AC |
| 20.3．消费者行为学研究的基本原则有（）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.客观性原则 |
| B.发展性原则 |
| C.联系性原则 |
| D.互利性原则 |
| E.功利性原则 |
| 正确答案：ABC |
| 21.4．在实际应用中，问卷法可以分为（）问答。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.同步式 |
| B.单项式 |
| C.多项式 |
| D.自由式 |
| E.封闭式 |
| 正确答案：DE |
| 22.5．在消费者行为学研究中，常用的研究方法是（）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.头脑风暴法 |
| B.时间序列法 |
| C.观察法 |
| D.模型法 |
| E.访问法 |
| 正确答案：CDE |
| 23.6．关于消费者行为学的研究对象，下列哪些表述是错误的（）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.研究消费者在购买行为中的心理现象 |
| B.研究企业经营策略制定的一般方法 |
| C.研究消费者心理和行为发展、变化的一般趋势 |
| D.研究市场调查与预测的一般方法 |
| E.研究消费者行为中的一般心理和行为规律 |
| 正确答案：BD |
| 24.从商品或服务的角度考察消费者，在同一时空范围内消费者可作出不同的行为反应，按这三种不同反应可把消费者分为（）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.个人消费者 |
| B.现实消费者 |
| C.潜在消费者 |
| D.永不消费者 |
| E.家庭消费者 |
| 正确答案：BCD |
| 25.需要按照指向的对象可以分为（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.自然需要 |
| B.社会需要 |
| C.生理需要 |
| D.物质需要 |
| E.精神需要 |
| 正确答案：DE |
| 26.需要所具有的特征包括（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.需要的指向性 |
| B.需要的多样性 |
| C.需要的阶段性 |
| D.需要的发展性 |
| E.需要的引导性 |
| 正确答案：ABCDE |
| 27.消费者需要的基本形态可包括（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.负需要 |
| B.无需要 |
| C.潜在需要 |
| D.充分需要 |
| E.有害需要 |
| 正确答案：ABCDE |
| 28.11．动机的特征是（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.主导性 |
| B.可转移性 |
| C.层次性 |
| D.内隐性 |
| E.冲突性 |
| 正确答案：ABDE |
| 29.12．动机的功能有（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.激活功能 |
| B.加强功能 |
| C.维持功能 |
| D.调整功能 |
| E.指向功能 |
| 正确答案：ACDE |
| 30.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（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.动机 |
| B.驱力 |
| C.习惯 |
| D.需要 |
| E.诱因 |
| 正确答案：BC |
| 31.下列购买行为，属于消费者追求偏好购买动机的有（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.集邮 |
| B.养花 |
| C.垂钓 |
| D.摄影 |
| E.各类收藏 |
| 正确答案：ABCDE |
| 32.15．气质具有的特征包括（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.习得性 |
| B.独特性 |
| C.稳定性 |
| D.功能性 |
| E.调节性 |
| 正确答案：BCD |
| 33.16．心理学家艾森克提出了著名的气质类型的三因素理论，该理论认为构成气质的要素包括（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.外倾性 |
| B.宜人性 |
| C.责任心 |
| D.神经质 |
| E.精神质 |
| 正确答案：ADE |
| 34.从购买行为方式角度看，可以将消费者划分为（　）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.习惯型 |
| B.被动型 |
| C.慎重型 |
| D.挑剔型 |
| E.保守型 |
| 正确答案：ABCD |
| 35. 18．依据能力与消费行为的表现划分，成熟型消费者表现为（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.具备一些商品方面的知识，并掌握有限的商品信息，但是缺乏相应的消费经验 |
| B.主要通过广告宣传、他人介绍等途径来了解认识商品 |
| C.在选购过程中，对商品的了解建立在直觉观察和表面认识的基础上 |
| D.对于所需要的商品不仅非常了解，而且有长期的购买和使用经验 |
| E.注重从整体角度综合评价商品的各项性能，能够正确辨认商品的质量优劣 |
| 正确答案：DE |
| 36.19．不同的人也会表现出不同的兴趣特征，具体包括（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.倾向性差异 |
| B.广泛性差异 |
| C.文化性差异 |
| D.持久性差异 |
| E.效果性差异 |
| 正确答案：ABDE |
| 37.性格与气质的主要区别在于（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.形成基础不同 |
| B.稳定程度不同 |
| C.作用倾向不同 |
| D.构成层次不同 |
| E.心理基础不同 |
| 正确答案：ABC |
| 三、判断题 |
| 39.1．温和的通货膨胀对经济的发展是有利的。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 40.2．商品的消费数量与消费者的收入水平总是正相关的。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 41.3．初级群体指的是其成员为了某种特定的目标集合在一起，通过明确的规章制度结成正规关系的社会群体。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 42.4．满巢期Ⅲ阶段的消费者经济状况最好，可能购买娱乐品和奢侈品，对新产品不感兴趣，也很少受到广告的影响。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 43.5．中国人的消费具有关系取向、权威取向和他人取向。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 44.6．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。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 45.7．安全性是消费者现阶段网上购物的最大心理疑虑和行为障碍。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 46.8．在网络营销中，企业营销调研人员无法通过监控在线服务掌握、了解访问者主要浏览哪些企业、哪类产品的主页，挑选和购买何种产品等基本情况。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 47.9．一个经营良好的网络市场甚至可以做到“零库存”，实现信息时代流通的即时制。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 48.10．由于我国特殊的经济结构，部分行业的垄断经营色彩浓重，也是对消费者权益构成侵害的重要原因之一。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 49.11．消费者的自我保护显得尤其重要，能够真正作到有效的保护自我，一般要从两个方面入手：一是提高自我保护手段，二是自我保护的方法。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 50.12．应当把打假作为盈利手段，打假是公民的责任，也是致富的渠道。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 51.13．在我国易受假冒伪劣商品伤害的群体主要是老年人与少年儿童群体。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 52.14．消费者教育的目的在于引导消费者进行正确、健康的消费，在消费过程中保护个人应该享有的权利及社会公共消费利益。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 53.15．假冒伪劣商品的最终受害者虽然是购买商品的消费者，但在现阶段促成假冒伪劣商品泛滥的原因之一是交易双方的诚信与素质。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
|  |
|  |
| 消费者行为学·第2次测验 |
| 一、单项选择题（在各题的备选答案中，只有一项是最优答案，请将正确答案的序号填在括号里） |
| 2.个人对于特定对象的肯定或否定的内在反应倾向被称为（   ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.动机 |
| B.兴趣 |
| C.情绪 |
| D.态度 |
| 正确答案：D |
| 3.关于引起认知失调的因素正确的表述是（   ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.具有可选择性时，认知失调感就弱；不具有可选择性时，认知失调感就强 |
| B.努力程度越大，付出的越多，认知失调感就越弱 |
| C.人对被他选中的事物更加偏爱，对未选中的事物易于采取贬低的态度 |
| D.充足理由与认知失调感觉之间是同向变动关系 |
| 正确答案：C |
| 4.在消费者行为研究中，社会判断理论的典型表现就是（   ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.选择性注意 |
| B.选择性记忆 |
| C.选择性扭曲 |
| D.选择性思维 |
| 正确答案：C |
| 5.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（  ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.注意 |
| B.记忆 |
| C.理解 |
| D.接受 |
| 正确答案：A |
| 6.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（   ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.视觉信息 |
| B.听觉信息 |
| C.书面信息 |
| D.体验信息 |
| 正确答案：C |
| 7.（  ）是态度形成的心理基础，是人们对外界对象的心理印象，包括相关的事实、知识和信念。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.情感 |
| B.知觉 |
| C.认知 |
| D.体验 |
| 正确答案：C |
| 8.心理学家发现，舒适的环境、美妙的音乐和良好的服务都会改善（ ）,也更有利于消费者改变态度，接受说服者提供的信息。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.消费者的卷入程度 |
| B.消费者的心情 |
| C.消费者的自身免疫 |
| D.消费者的人格 |
| 正确答案：B |
| 9.人的感官察觉微弱刺激的能力称为（  ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.绝对感觉阈限 |
| B.绝对感受性 |
| C.差别感受性 |
| D.差别阈限 |
| 正确答案：B |
| 10.完全不符合刺激本身特征的失真的或扭曲事实的知觉经验被称为（  ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.错觉 |
| B.意象 |
| C.表征 |
| D.想象 |
| 正确答案：A |
| 11.在外界诸多刺激中仅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（  ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.持续性注意 |
| B.分配性注意 |
| C.选择性注意 |
| D.有意后注意 |
| 正确答案：C |
| 12.语言文字的材料在短时记忆中多为（  ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.视觉编码 |
| B.听觉编码 |
| C.语义编码 |
| D.内容编码 |
| 正确答案：B |
| 13.德国心理学家苛勒曾经进行过著名的猩猩取香蕉试验。根据这一实验，苛勒提出（  ）理论。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.条件反射 |
| B.潜在学习 |
| C.顿悟学习 |
| D.尝试—错误学习 |
| 正确答案：C |
| 14.13．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的可知结果，其发生的概率也可测算的决策属于（  ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.全确定型 |
| B.半确定型 |
| C.不确定型 |
| D.未确定型 |
| 正确答案：B |
| 15.具体的观察对象在运动过程中直接产生有关信息的来源是（  ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.口碑型信息源 |
| B.实物型信息源 |
| C.文献型信息源 |
| D.电子型信息源 |
| 正确答案：B |
| 16.15．关于文献型信息源正确表述的是（  ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.成本较低 |
| B.信息收集的次要渠道 |
| C.时效性强 |
| D.相关性强 |
| 正确答案：A |
| 二、多项选择题（在各题的备选答案中，至少有2个以上的正确选项，请将正确选项的字母填在括号里。） |
| 18.态度的构成要素包括（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.认知 |
| B.情感 |
| C.思维 |
| D.行为倾向 |
| E.动机 |
| 正确答案：ABD |
| 19.态度的功能包括（   ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.适应功能 |
| B.自我防御功能 |
| C.价值表现功能 |
| D.认识或理解功能 |
| E.能力倾向功能 |
| 正确答案：ABCD |
| 20.关于平衡理论表述正确的是（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.平衡理论的前提是在社会环境中生活着的人，是同他自身以外的各种事件、人、观念、文化等因素紧密相连的 |
| B.当他设想自己处在不平衡状态的P-O-X三角中时，其体验是愉快的 |
| C.当人设想自己处在平衡状态的P-O-X三角中时，其体验不愉快 |
| D.P-O-X三角不能为我们提供当人处在不平衡状态时，他会究竟选择哪一个关系作为他调整平衡状态的出发点 |
| E.不同三角的平衡状态对人的影响力也是有所不同的 |
| 正确答案：ADE |
| 21.根据学习理论，通过学习方式而逐步获得和发展态度的途径包括（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.感觉 |
| B.记忆 |
| C.联想 |
| D.强化 |
| E.模仿 |
| 正确答案：CDE |
| 22.关于李克特量表表述正确的是（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.调查者规定总数值，由被测者将数值进行分配，通过分配数值的不同来表明不同态度 |
| B.针对词或概念设计出一系列双向形容词量表，请被测者根据对词或概念的感受、理解，在量表上选定相应的位置 |
| C.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 |
| D.要求被测者对一组与测量主题有关的陈述语句发表自己的看法 |
| E.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 |
| 正确答案：CDE |
| 23.态度与行为之间不一定是一一对应的关系。态度最终是否转化为行为，受到以下因素的影响（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.时间因素 |
| B.情感因素 |
| C.认知风格 |
| D.态度强度 |
| E.态度的特殊水平 |
| 正确答案：ACDE |
| 24.态度不是生来就有的，而是后天习得的，各种因素都可能对态度的形成产生不同的影响。主要影响因素包括（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.人生所处阶段 |
| B.学习 |
| C.个人经历 |
| D.群体压力 |
| E.文化与模仿 |
| 正确答案：ABCDE |
| 25.想象的形式可以划分为（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.黏合 |
| B.抽象 |
| C.夸张 |
| D.人格化 |
| E.典型化 |
| 正确答案：ACDE |
| 26.下列关于感觉的正确表述是（   ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.感觉是客观刺激作用于感觉器官所产生的对事物个别属性的认知 |
| B.人对客观事物认识的最初来源就是感觉 |
| C.感觉是一切高级、复杂心理活动的基础 |
| D.人类的情绪体验和意志活动，也要依靠人对环境和身体内部状态的感觉 |
| E.感觉提供了内外环境的信息 |
| 正确答案：ABCDE |
| 27.情绪与情感都是人们对客观事物的主观体验及相应的行为反应。情绪与情感具有（  ）功能。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.促进 |
| B.瓦解 |
| C.调节 |
| D.夸张 |
| E.信号 |
| 正确答案：ABCE |
| 28.下列关于知觉的正确表述是（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.知觉反映的是事物的意义 |
| B.知觉的目的是解释作用于我们感官的事物是什么 |
| C.知觉是对感觉属性的直接反映 |
| D.知觉是一种信息概括的过程 |
| E.知觉包含有思维的因素 |
| 正确答案：ABDE |
| 29.知觉的基本特征包括（   ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.知觉的相对性 |
| B.知觉的整体性 |
| C.知觉的恒常性 |
| D.知觉的理解性 |
| E.知觉的引导性 |
| 正确答案：ABCD |
| 30.注意的基本特征是（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.间接性 |
| B.调节性 |
| C.集中性 |
| D.指向性 |
| E.强化性 |
| 正确答案：CD |
| 31.下列关于学习的正确表述是（   ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.学习能够改变行为或行为潜能 |
| B.学习引起的行为变化是相对持久的 |
| C.学习是由练习或经验引起的 |
| D.连锁学习是复杂反应 |
| E.认知策略的学习使得学习过程的执行控制成为可能 |
| 正确答案：ABCE |
| 32.关于决策正确表述的是（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.决策必须集体做出 |
| B.决策要有明确的目标 |
| C.决策要有两个以上备选方案 |
| D.决策必须经实践检验为正确 |
| E.选择后的行动方案必须付诸实施 |
| 正确答案：BCE |
| 33.消费者购买决策的特点包括（   ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.目的性 |
| B.过程性 |
| C.差异性 |
| D.复杂性 |
| E.情景性 |
| 正确答案：ABCDE |
| 34.17．影响口碑型信息源传播效果的因素包括（  ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.口碑的主动搜寻 |
| B.关系强度 |
| C.感知风险 |
| D.传递者的专门知识 |
| E.接收者的专门知识 |
| 正确答案：ABCDE |
| 35.具体来讲，消费者的购后行为可以包括以下（  ）类型。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.购后满足 |
| B.购后不满足 |
| C.购后评价 |
| D.购后行动 |
| E.购买后抱怨 |
| 正确答案：ACDE |
| 36.消费者总价值是指消费者购买某一产品与服务所期望获得的一组利益，包括（  ） |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.产品价值 |
| B.服务价值 |
| C.货币价值 |
| D.人员价值 |
| E.形象价值 |
| 正确答案：ABDE |
| 37.20．组织或个人为满足其信息需要而获得信息的来源称为信息源。消费者购买信息的来源一般分为（   ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.口碑型信息源 |
| B.实物型信息源 |
| C.文献型信息源 |
| D.关系型信息源 |
| E.电子型信息源 |
| 正确答案：ABDE |
| 三、判断题 |
| 39.平衡理论的核心思想是做了一项与态度不一致的行为会引发不舒服的感觉。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 40.等比量表是有相等的单位和绝对零点的量表，具有类别量表、顺序量表、等差量表的一切特性。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 41.投射技术通过各种结构化的、直接的询问方式，激励被测者投射出他们潜藏的动机、信仰、态度或情感，了解他们对某一事端的心理状态。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 42.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。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 43.卷入程度越深，态度改变就越困难。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 44.在消费者行为中，对商品和行为方式等的态度，可以通过模仿与观察形成。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 45.人能察觉出同类刺激物之间的极微小差别的能力被称为差别阈限。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 46.大小知觉受到物体与观察者本人距离远近的影响。距离越远，物体显得越大；距离越近，物体显得越小。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 47.衰退理论认为，遗忘是因为在学习和回忆之间受到其他刺激的干扰所致。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 48.尝试—错误学习理论认为，学习就是通过尝试与错误的方式形成稳固的刺激与反应之间的联结。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 49.应激是一种微弱、平静而持久的情绪状态，往往在一段长时间内影响人的言行和情绪。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 50.记忆是过去经验在头脑中的反映。记忆是有选择的，只有对自己有意义的信息才会有意识的进行记忆。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 51.13．信息主要来自商业来源，而最有影响力的是公共来源，个人来源的信息可信度较高。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 52.14．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，消费者认识某品牌的比例。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 53.15．消费者在购买意图与购买决策之间，有两种因素还会产生影响作用：一是他人的态度；二是意外因素。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
|  |
|  |
| 消费者行为学·第3次测验 |
| 一、单项选择题（在各题的备选答案中，只有一项是最优答案，请将正确答案的序号填在括号里，每小题2分，共30分。） |
| 2.对于原材料出口型经济表述正确的是（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.经济往往处于起飞阶段 |
| B.国外进口的奢侈品往往缺乏市场 |
| C.外国进口商品是消费者主要的消费选择 |
| D.市场体系最为完备 |
| 正确答案：C |
| 3.由面对面互动所形成的、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（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.初级群体 |
| B.次级群体 |
| C.正式群体 |
| D.非正式群体 |
| 正确答案：A |
| 4.3．关于从众的表述正确的是（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.从众最关键的变量是群体规模 |
| B.居于较高地位的群体成员容易从众 |
| C.从众与群体人数完全呈正比例变动 |
| D.当情境模糊不清时消费者更容易从众 |
| 正确答案：D |
| 5.4．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（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.折扣技巧 |
| B.滚雪球技巧 |
| C.门前技巧 |
| D.脚在门内技巧 |
| 正确答案：D |
| 6.5．空巢期Ⅱ阶段的消费者表现为（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对新产品感兴趣并且倾向于购买有广告的产品 |
| B.消费日趋理性，决策慎重，已经形成比较稳定的购买习惯 |
| C.消费者收入大幅度减少，消费更趋理性和谨慎，娱乐品和奢侈品占比下降 |
| D.消费者经济状况最好，可能购买娱乐品和奢侈品 |
| 正确答案：B |
| 7.6．企业以电子信息技术为基础，以计算机网络为媒体和手段而进行的各种营销活动的总称，被称为（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.网络营销 |
| B.整合营销 |
| C.多渠道营销 |
| D.关系营销 |
| 正确答案：A |
| 8.7．心理上的认同感是消费者作出购买品牌和产品决策的先决条件，（ ）正在，也必将成为消费的主流。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.家庭消费 |
| B.集团消费 |
| C.个性化消费 |
| D.社会消费 |
| 正确答案：C |
| 9.8．在网络营销中，不适宜采用的定价策略主要有（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.自动调价、议价策略 |
| B.个性化定价策略 |
| C.撇脂定价策略 |
| D.折扣定价策略 |
| 正确答案：C |
| 10.9．网络营销是一种无媒介销售，网络营销的分销链比传统的渠道要短，一般属于（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.零级渠道 |
| B.一级渠道 |
| C.二级渠道 |
| D.三级渠道 |
| 正确答案：A |
| 11.10．网络营销可实现由信息收集至收款、售后服务的一条龙服务，形成全程化营销渠道。这是网络营销特征的（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.高效性 |
| B.经济性 |
| C.整合性 |
| D.跨时空 |
| 正确答案：C |
| 12.11．在影响人们绿色消费的诸因素中，﹙ ﹚是最重要的因素。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.个性心理 |
| B.社会环境 |
| C.收入 |
| D.需求 |
| 正确答案：C |
| 13.12．所谓创造产品的绿色价值，实质上是提高绿色产品的（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.性价比 |
| B.耐用性 |
| C.质量 |
| D.舒适感 |
| 正确答案：A |
| 14.13．在我国，造成消费者权利益受损的原因较多，但（ ）是造成消费者权益受损的根本原因。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.体制因素 |
| B.法律、法规因素 |
| C.公民素质 |
| D.社会环境因素 |
| 正确答案：B |
| 15.14．提高消费者自我保护意识，提高消费者素质和引导消费观念更新等，是对消费者权益的（ ）。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.事中保护 |
| B.积极保护 |
| C.消极保护 |
| D.常规保护 |
| 正确答案：B |
| 16.15．按照我国有关法律规定，当发生损害消费者权益的问题时，应该本着（ ）的原则来处理。 |
| 单选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.谁经销，谁负责 |
| B.谁生产，谁负责 |
| C.生产者负责 |
| D.采购者负责 |
| 正确答案：A |
| 二、多项选择题（在各题的备选答案中，至少有2个以上的正确选项，请将正确选项的字母填在括号里。） |
| 18.1．随着人们收入水平的增加，消费结构的良性变动反映为（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.发展资料和享受资料的比重逐步上升 |
| B.食品比重逐步下降 |
| C.新建扩建投资比重下降，维修投资比重上升 |
| D.商品性消费比重下降，自给性消费比重上升 |
| E.服务性支出比重上升，商品性支出比重下降 |
| 正确答案：ABE |
| 19.2．关于文化的表述正确的是（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.文化代表特定的生活方式 |
| B.文化包括精神层面，不包括物质层面 |
| C.文化代表一个群体的传统 |
| D.文化是行为规范 |
| E.文化与个体的自我认同、自我概念、心理表征及意义系统联系 |
| 正确答案：ACDE |
| 20.3．社会群体的特征包括（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.经常性的社会互动 |
| B.相对稳定的成员关系 |
| C.具有明确的行为规范 |
| D.具有共同一致的群体意识 |
| E.群体共同的价值观 |
| 正确答案：ABCD |
| 21.4．从众的影响因素包括（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.情境因素 |
| B.地位因素 |
| C.群体凝聚力 |
| D.群体规模 |
| E.群体规范 |
| 正确答案：ABCD |
| 22.5．家庭消费的特征包括（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.家庭消费的效价性 |
| B.家庭消费的阶段性 |
| C.家庭消费的相对稳定性 |
| D.家庭消费的欲求性 |
| E.家庭消费的遗传性 |
| 正确答案：BCE |
| 23.6．网络营销产生的基础包括（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.市场营销组合 |
| B.科技创新 |
| C.消费观念的转变 |
| D.市场竞争 |
| E.广告促销 |
| 正确答案：BCD |
| 24.7．在实际的网络营销过程中，折扣价格策略多采用（ ）形式。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.季节折扣 |
| B.数量折扣 |
| C.业务折扣 |
| D.现金折扣 |
| E.功能折扣 |
| 正确答案：BD |
| 25.8．网络促销是一种（）的促销，可通过信息和交互式交谈与消费者建立长期良好的关系。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.低成本 |
| B.社会化 |
| C.人性化 |
| D.高成本 |
| E.强势 |
| 正确答案：AC |
| 26.9．网络营销的特点决定了它不能满足某些特定的消费需求和心理愿望，主要包括（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.方便购买的需要 |
| B.人际交往的心理需要 |
| C.荣誉与炫耀性心理需要 |
| D.购物过程中的心理满足 |
| E.全方位了解商品的需求 |
| 正确答案：BCD |
| 27.10．关于网络营销表述正确的是（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.网络营销根据其实现的方式有广义与狭义之分 |
| B.网络营销是一种技术手段的革命，也包含了更深层的观念转换 |
| C.为消费者提供了极大的便利与满足，实现了现代营销的宗旨 |
| D.是具有极大经济潜力和实用价值的全新领域 |
| E.实现了真正的世界市场 |
| 正确答案：ABCDE |
| 28.11．可持续发展，是指既满足当代人的需要，又不损害后代人满足其需要的能力的发展，是一个涉及（ ）几大系统的复合性发展观念。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.生产 |
| B.自然 |
| C.经济 |
| D.社会 |
| E.消费 |
| 正确答案：BCD |
| 29.12．按照产品与环境的关系可将绿色产品分为（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.有形绿色产品 |
| B.无形绿色产品 |
| C.绝对绿色产品 |
| D.相对绿色产品 |
| E.中间绿色产品 |
| 正确答案：CD |
| 30.13．影响绿色消费行为的主要因素有（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.社会时尚 |
| B.社会文化因素 |
| C.绿色教育因素 |
| D.消费者自身因素 |
| E.生产水平 |
| 正确答案：BCD |
| 31.14．就实质而言，绿色营销是一种（ ）负责任的营销活动。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对生产 |
| B.对经营 |
| C.对企业 |
| D.对自然 |
| E.对社会 |
| 正确答案：DE |
| 32.15．绿色消费是一个广义的概念。它是一种以“（ ）”为宗旨，有益于人类健康和社会环境的新型消费方式。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.绿色 |
| B.环保 |
| C.和谐 |
| D.自然 |
| E.健康 |
| 正确答案：ACDE |
| 33.16．绿色消费的行为特征是消费者行为特征的发展与延伸，并无本质差异，主要表现为：（ ）等方面。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.绿色需要 |
| B.简约主义 |
| C.引致效应 |
| D.绿色消费的理智性 |
| E.绿色消费的社会性 |
| 正确答案：ACDE |
| 34.17．造成消费者利益受损的若干社会发展过程的原因中，除一般所说的经济因素外，还包括（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.科技发展 |
| B.社会环境 |
| C.公民素质 |
| D.体制因素 |
| E.法律、法规因素 |
| 正确答案：ABCDE |
| 35.18．消费者监督的主要形式包括（ ）等监督方式。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.政府监督机构 |
| B.法律监督 |
| C.消费者维权活动 |
| D.组织监督 |
| E.舆论监督 |
| 正确答案：CDE |
| 36.19．消费者的自我保护方法主要包括（ ）。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.假一罚三 |
| B.法律诉讼 |
| C.实行三包 |
| D.举报投诉 |
| E.交涉协商 |
| 正确答案：BDE |
| 37.20．消费者权益受损是由内外因素造成的，常见的消费者权益受损的内因有（ ）等。 |
| 多选题(2.0分)（难易度:中） |
| A.观念滞后 |
| B.趋利心理 |
| C.信息误导 |
| D.消费知识不足 |
| E.消费者的陈规陋习与迷信 |
| 正确答案：ABCDE |
| 三、判断题 |
| 39.1．温和的通货膨胀对经济的发展是有利的。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 40.2．商品的消费数量与消费者的收入水平总是正相关的。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 41.3．初级群体指的是其成员为了某种特定的目标集合在一起，通过明确的规章制度结成正规关系的社会群体。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 42.4．满巢期Ⅲ阶段的消费者经济状况最好，可能购买娱乐品和奢侈品，对新产品不感兴趣，也很少受到广告的影响。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 43.5．中国人的消费具有关系取向、权威取向和他人取向。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 44.6．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。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 45.7．安全性是消费者现阶段网上购物的最大心理疑虑和行为障碍。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 46.8．在网络营销中，企业营销调研人员无法通过监控在线服务掌握、了解访问者主要浏览哪些企业、哪类产品的主页，挑选和购买何种产品等基本情况。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 47.9．一个经营良好的网络市场甚至可以做到“零库存”，实现信息时代流通的即时制。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 48.10．由于我国特殊的经济结构，部分行业的垄断经营色彩浓重，也是对消费者权益构成侵害的重要原因之一。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 49.11．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：一是提高自我保护手段，二是自我保护的方法。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 50.12．应当把打假作为盈利手段，打假是公民的责任，也是致富的渠道。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：B |
| 51.13．在我国易受假冒伪劣商品伤害的群体主要是老年人与少年儿童群体。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 52.14．消费者教育的目的在于引导消费者进行正确、健康的消费，在消费过程中保护个人应该享有的权利及社会公共消费利益。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |
| 53.15．假冒伪劣商品的最终受害者虽然是购买商品的消费者，但在现阶段促成假冒伪劣商品泛滥的原因之一是交易双方的诚信与素质。 |
| 判断题(2.0分)（难易度:中） |
| A.对 |
| B.错 |
| 正确答案：A |