

2007年4月自考《消费经济学》命题大纲 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/254/2021_2022_2007_E5_B9_B44_E6_9C_c67_254038.htm

全国高等教育自学考试市场营销专业（独立本科段）“消费经济学”课程统一命题大纲高等教育自学考试是应考者获得高等教育学历的国家考试，命题是确保考试质量的核心工作。为做好市场营销专业（独立本科段）“消费经济学”课程全国统一命题工作，特制定本命题大纲。

一、课程性质和考试目标

1.课程性质“消费经济学”课程是全国高等教育自学考试市场营销专业（独立本科段）开设的一门专业课程，是一门理论层次较高和业务技术性比较强的课程。消费经济学课程的任务是以消费者的消费决策、储蓄决策、投资决策和劳动决策等方面行为分析为基础，研究作为宏观经济变量的消费需求、消费结构与其他经济变量之间的关系，以及对经济增长和结构调整的影响等问题。

2.考试目标通过本课程的学习考试，要求考生：（1）比较系统地掌握消费经济学的基本理论、基本知识和基本方法。（2）了解消费者决策与宏观经济运行的关系。（3）培养和提高正确分析、解决以上诸方面经济问题的能力。

二、考试内容及重点本课程的考试内容与考核目标以课程考试大纲为标准，其重点内容为：第一、二、三、四、七、八、九、十章。其中主要包括消费经济学的研究对象、消费者的消费决策、储蓄决策、投资决策、宏观消费函数、消费结构等。

三、考试命题的原则

1.命题标准“消费经济学”课程是市场营销专业（独立本科段）开设的一门专业必考课程，共4学分。命题标准参照全日制普通高校同专业、同课程的本科结业水

平，并体现自学考试以培养应用型人才为主要目标的特点。在题量上保证中等水平的考生能够在规定的考核时间内完成全部试题，并有适当的时间对答案进行检查。

2. 考试依据和范围以全国高等教育自学考试指导委员会2000年6月颁布的《消费经济学课程自学考试大纲》为依据，以《消费经济学》（伊志宏主编，中国人民大学出版社，2000年9月第1版）教材为命题范围。试题的参考答案按所指定教材中的有关提法来编制。

3. 知识与能力的关系本课程要求学生掌握消费经济学的基本概念、基本理论和基本方法。目的是培养学生分析消费者决策有关的经济问题的能力。掌握基础知识是前提，培养分析问题能力是目的。试题中既体现对基本概念、基本理论和基本方法的考核，又体现对分析解决问题能力的测试。

4. 重点与覆盖面的关系试卷覆盖到章，重点章节的权重比例大一些，次重点章节的权重比例小一些，一般章节的分数适当。单章考核分数不超过20%。

四、考试形式与试卷结构

1. 考试形式“消费经济学”课程考试形式为闭卷笔试，考试时间为150分钟，评分采用百分制，60分为及格线。

2. 试卷内容结构重点内容、次重点内容、一般内容在试卷中的占分比例分别为60%、30%、10%。

3. 试卷能力结构能力考核分为“识记”、“理解”、“简单应用”和“综合应用”四个层次，考核不同能力层次的试题在试卷中的分数比例为：“识记”占20%左右、“理解”占30%左右、“简单应用”占30%左右、“综合应用”占20%左右。

4. 试卷的难度结构试题的难度分为“容易”、“中等偏易”、“中等偏难”和“难”四个层次，不同难度的试题在试卷中的分数比例为：“容易”占20%左右，“中等偏易”占30%左右，“中等偏难”占30%

左右，“难”占20%左右。5.试卷的题型结构本课程考试采用的题型有：单项选择题、多项选择题、名词解释、简答题、计算题、论述题六种。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com