

2009年国际商务师考试辅导：影响市场的因素国际商务师考试 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/603/2021\\_2022\\_2009\\_E5\\_B9\\_B4\\_E5\\_9B\\_BD\\_c29\\_603985.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/603/2021_2022_2009_E5_B9_B4_E5_9B_BD_c29_603985.htm)

影响市场行为的内在因素（一）消费者动机（二）个性是个体在面临相似情况时做出特有反应的倾向（三）知觉人们对客观事物各个属性之间进行有机的联系，综合反映客观事物的过程。1、知觉的选择过程2、知觉的组织过程3、知觉的解释过程（四）学习1、经典条件反射理论：强调刺激反应之间的关系，而不是学习的过程2、工具性条件反射理论：在某一刺激条件下，由于个体自发的反应带来的结果，导致反应强度增加，并与某一刺激建立了新的关系的过程。3、认知理论：强调消费者学习中的思维过程。（五）态度1、认知因素对态度对象的评价2、情感因素对客观事物的感情体验3、意向因素对态度对象做出某种反应的倾向。欢迎进入：2009年国际商务师课程免费试听 更多信息请访问：百考试题国际商务师、百考试题论坛国际商务师 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](http://www.100test.com)