


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 小时滚动更新；
- 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；数学针对有仅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！](#)

冲刺串讲班：结合历年试题特点及命题趋势，规划考试重点内容，讲解答题思路，传授胜战技巧，为考生指出题眼，提供押题参考。配合高质量全真模拟试题，让学员体验实战，准确地把握考试方向、将已掌握的应试知识融会贯通，并做到举一反三。[立即报名！](#)

习题班：自考 365 网校与北大燕园合作推出，共计 390 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！](#)

论文答辩与毕业申请指导班：来自主考院校的指导老师全程视频授课，系统阐述申报自考论文的时间、论文的选题、论文的格式及内容、与导师的沟通技巧等，并提供论文范例供学员参考。[立即报名！](#)

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

全国 2008 年 4 月高等教育自学考试 消费心理学试题

课程代码：00177

一、单项选择题（本大题共 20 小题，每小题 1 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. 消费者对商品的外在形状、大小和颜色的记忆类型是（ ）
 - A. 情绪记忆
 - B. 形象记忆
 - C. 感觉记忆
 - D. 短时记忆

2. 在条件控制下对应试者有目的地给予一定刺激，找寻心理活动规律的研究方法是（ ）
 - A. 问卷法
 - B. 观察法
 - C. 调查法
 - D. 实验法

3. 与消费者的社会性需要是否得到满足相联系的一种稳定性体验是（ ）
 - A. 注意
 - B. 情感
 - C. 认识
 - D. 意志

4. 个性心理的重要特征是（ ）

- A. 稳定性
B. 变化性
C. 强制性
D. 规范性
5. 受外界影响小、善于控制自己的情绪、选择商品细心的消费者，其性格类型属于（ ）
A. 保守型
B. 习惯型
C. 理智型
D. 情感型
6. 广告的基本功能是（ ）
A. 消费
B. 促销
C. 沟通
D. 传播
7. “消费链”所表现的消费特征是（ ）
A. 周期性
B. 相关性
C. 规范性
D. 社会性
8. 决定人们所处社会阶层的首要因素是（ ）
A. 文化水平
B. 收入水平
C. 社会地位
D. 住房质量
9. 在消费者群体规范形成过程中起重要推动作用的方式是（ ）
A. 积极沟通
B. 消极沟通
C. 积极购买
D. 消极购买
10. 下列选项中反映畸形消费实质的是（ ）
A. 超前消费
B. 滞后消费
C. 变态消费
D. 常态消费
11. 设计新产品必须首先使新产品能够满足的消费者的消费需要是（ ）
A. 基本需要
B. 物质需要
C. 精神需要
D. 文化需要
12. 特殊包装策略主要是为了迎合消费者的（ ）
A. 求实心理
B. 比较心理
C. 求知心理
D. 炫耀心理
13. 经营耐用消费品或特殊商品的大型综合商场宜设置在（ ）
A. 社区中心
B. 商业中心
C. 金融中心
D. 文化中心
14. POP 广告特别适用于激发消费者的（ ）
A. 一般需要
B. 特殊需要
C. 现实需要
D. 潜在需要
15. 消费者在一定的购物环境中所表现的消费行为是（ ）
A. 购买行为
B. 决策行为

- C. 欣赏行为
D. 推介行为
16. 消费者对有价值的商品广告作出优先感知的知觉特性是 ()
A. 主观性
B. 客观性
C. 整体性
D. 选择性
17. 以价格的高低作为商品选购标准的消费心理类型是 ()
A. 习惯型
B. 理智型
C. 经济型
D. 随意型
18. 支配人们消费行为的核心消费文化心理是 ()
A. 表层消费文化心理
B. 浅层消费文化心理
C. 中层消费文化心理
D. 深层消费文化心理
19. 民俗消费文化的心理表现是 ()
A. 消费习惯
B. 消费兴趣
C. 消费观念
D. 消费态度
20. 下列不属于杂志广告特点的是 ()
A. 针对性强
B. 保存期较长
C. 传播迅速
D. 宣传效果好

二、多项选择题(本大题共 10 小题, 每小题 2 分, 共 20 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两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、少选或未选均无分。

21. 影响消费者知觉的客观因素包括 ()
A. 销售服务
B. 感觉
C. 想象
D. 注意
E. 刺激的变化
22. 消费心理学研究过程中运用小组座谈方法的主要优点包括 ()
A. 气氛活跃
B. 节约时间
C. 减少耗费
D. 相互启发
E. 容易整理资料
23. 态度的构成要素包括 ()
A. 认知
B. 情感
C. 需求
D. 感觉
E. 行为倾向
24. 消费者情绪性购买动机的特点包括 ()
A. 即景性
B. 客观性
C. 冲动性
D. 周密性

E. 即时性

25. 民俗、民风消费文化具有的一般特性包括 ()

- A. 乡土性
- B. 民间性
- C. 传承性
- D. 时尚性
- E. 滞后性

26. 中年人消费心理与消费行为的基本特征包括 ()

- A. 理智性
- B. 计划性
- C. 冲动性
- D. 集群性
- E. 价格敏感性

27. 一次性用品的包装设计可以较好地适应消费者的消费心理包括 ()

- A. 求实心理
- B. 求便心理
- C. 求廉心理
- D. 求美心理
- E. 求新心理

28. 商店店面设计的内容包括 ()

- A. 店门
- B. 招牌
- C. 橱窗
- D. 大堂
- E. 通道

29. 广告对消费者的实质性影响包括 ()

- A. 情感
- B. 思想
- C. 观念
- D. 语言
- E. 行为

30. 消费行为中的模仿包括 ()

- A. 学习的结果
- B. 压力的产物
- C. 自学的行为
- D. 强制性的行为
- E. 社会化的产物

三、简答题 (本大题共 5 小题, 每小题 6 分, 共 30 分)

31. 简述气质对消费者行为的影响。

32. 简述消费需要的基本特征。

33. 简述感性消费的主要特征。

34. 简述商业广告的心理功能。

35. 简述影响消费者心理及行为的外部条件。

四、论述题 (本大题共 1 小题, 10 分)

36. 试述文明消费心理对购买行为的影响。

五、案例分析题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

37. 由于“喜之郎”对消费者的记忆影响大，“果冻布丁喜之郎”这一简单的广告语，神奇地将“喜之郎”作为“果冻布丁”的代名词焊接到消费者的头脑中，直接、干脆，垄断了消费者对一个产品类别的联想，制造了品牌与行业的唯一相关性，有效的建立了行业壁垒，令竞争产品难以突破。很多消费者在购买果冻时的首选就是“喜之郎”。

请分析“喜之郎”是如何利用消费者的记忆影响消费者行为的。

38. 某地电信公司开通小灵通业务，起初由于信息产业部下文限制，只能低调进行，消费者也持观望态度。经信息产业部批准后，电信公司在公汽车身、户外广告牌、报纸等多处发动全面广告攻势，利用消费者对移动通讯资费相对较高、据传手机辐射可能影响健康等方面的消费心理，大力宣传自己低廉的通话资费、超长的通话时间、绿色环保的辐射频率等优势，迅速打开局面，发展了大批用户，创造了当地移动通讯发展史上的奇迹。

请分析本案例中影响消费者购买新产品的主要因素有哪些？