



- 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/高等数学预备课班：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，不及格退还学费。全国限量招生，报名咨询 010-82335555 [立即报名！](#)

全国 2008 年 7 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. 在市场活动中，商品和服务的主要消费者是()
A. 需求者 B. 使用者
C. 购买者 D. 决策者
2. 工商企业在新产品上市前的广告宣传，可以使消费者在购物前形成()
A. 心理准备 B. 购买习惯
C. 消费习惯 D. 购买方式
3. 下列属于个性心理特征的是()
A. 意志 B. 性格
C. 动机 D. 兴趣
4. 决定人的气质的主要因素是()

- A.职业因素
B.性别因素
C.先天因素
D.社会因素
- 5.学习是对刺激的自动反应,这种观点源于()
A.认知学习理论
B.行为学习理论
C.习惯养成理论
D.条件反射理论
- 6.消费者生活方式形成的基础是()
A.社会地位
B.收入水平
C.职业声望
D.自我概念
- 7.“刺激——反应”强度与条件反射强度的关系是()
A.正比关系
B.反比关系
C.确定关系
D.不确定关系
- 8.在社会环境因素中,影响人的态度的最重要因素是()
A.交往过程
B.物质条件
C.文化氛围
D.职业状态
- 9.对于信贷消费具有较大兴趣的消费者群体是()
A.老年
B.中年
C.青年
D.少年
- 10.企业研究和分析消费习惯的目的是()
A.服务社会
B.商品认知
C.发展经济
D.商品销售
- 11.利用名人为商品命名有利于发挥商品名称的功能是()
A.认知
B.记忆
C.情感
D.联想
- 12.有助于诱发消费者情感动机的包装心理功能是()
A.指示
B.便利
C.美化
D.表现
- 13.商圈的中心是()
A.广场
B.公交站
C.商店
D.银行
- 14.商店外观设计的基本目的是()
A.宣传促销商品
B.表达企业经营观念
C.显示企业经营特色
D.促使顾客产生进店的欲望
- 15.消费者可能出于自尊、偏见而做出拒绝购买决策,此种拒绝类型属于()
A.彻底性拒绝
B.一般性拒绝

- C.隐蔽性拒绝 D.委婉性拒绝
- 16.为降低感性消费市场的经营风险,企业应该注意控制的内容是()
- A.目标市场范围 B.物质消费水平
C.产品生命周期 D.产品或项目规模
- 17.消费心理学的研究对象主要是()
- A.生产消费 B.生活消费
C.社会消费 D.文化消费
- 18.以下关于注意的论述中不正确的是()
- A.注意是一个独立的心理过程 B.注意使人产生清晰的认识和反应
C.注意使各种心理过程得以维持 D.注意使心理活动的指向不断深入
- 19.某些消费者购物时追求名牌,忠实于著名商标的商品,这样的消费心理是()
- A.时髦心理 B.优越心理
C.偏好心理 D.求名心理
- 20.在消费流行中,模仿的作用是()
- A.促进消费 B.引发流行
C.推广生活方式 D.普及价值观念

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.消费心理学研究应遵循的原则包括()
- A.主观性原则 B.发展性原则
C.客观性原则 D.全面性原则
E.理论联系实际原则
- 22.影响消费者情感的商品因素包括()
- A.商品质量 B.商品命名
C.商品陈列 D.商品包装
E.商品功能
- 23.按购买方式划分,消费者的性格类型包括()
- A.大众型 B.习惯型
C.理智型 D.情感型
E.挑剔型
- 24.消费者在进行购买决策时,通常采用的决策标准包括()
- A.最大满意标准 B.比较满意标准
C.最低价格标准 D.最小风险标准

E.最小遗憾标准

25.人的消费需要转化为消费动机的条件包括()

- A.社会条件
- B.消费习惯
- C.消费环境
- D.商品诱因
- E.优势需要

26.影响消费行为的社会环境包括()

- A.社会物质环境
- B.社会制度环境
- C.社会精神环境
- D.社会文化环境
- E.社会生活环境

27.民族消费文化心理寄托着本民族的()

- A.价值观念
- B.社会责任
- C.文化传统
- D.共同理想
- E.经济目标

28.消费习俗的一般性特征包括()

- A.社会性
- B.广泛性
- C.地域性
- D.强制性
- E.无形性

29.形成商店店堂整体形象的要素包括()

- A.店堂色彩
- B.店堂照明
- C.商品陈列
- D.营业场地格局
- E.POP 广告摆布

30.商业广告的诱导功能的主要表现包括()

- A.说明购买的原因
- B.提供购买的依据
- C.增加购买的信心
- D.引起购买者的好奇
- E.激发购买者的欲望

三、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 6 分, 共 30 分)

31.简述消费者注意的分类。

32.简述消费者获取商品信息的内部信息来源。

33.简述消费者价格心理的一般特征。

34.简述提高广告的说服效果的方法。

35.简述感觉在消费活动中的意义。

四、论述题(本大题共 10 分)

36.试述在企业营销管理中如何应用消费习惯原理。

五、案例分析题(本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

37.某饭店老板将饭店里的墙壁全部粉刷成淡绿色，令客人感觉幽雅舒适，为此招来不少顾客。但是由于人们留恋这种舒适环境，就餐时间加长，而且就餐后久久不肯离去，这样餐桌的利用率自然就降低了。于是老板又把墙壁粉刷成红色和橘黄色，这种热烈的色彩一方面能刺激人们的食欲，同时又不适于客人就餐后久留，因而餐桌利用率显著上升。

请结合该材料谈谈店内气氛对消费者消费心理的影响。

38.某电视台曾经播放儿童电视连续剧《小龙人》，在儿童中收视率颇高，一些儿童用品生产商便以小龙人图形作为商品包装，有文化用具、食品和服装等，孩子们见到有“小龙人”的儿童用品就争相选购。《还珠格格》和《灌篮高手》等连续剧在学龄晚期的孩子中收视率也非常高，剧中男、女主角的服饰、球鞋、发型甚至剧中主题歌的录音带和 CD 唱片等，都成为他们的抢手货。

请从消费心理学的角度，分析以上现象反映了少年儿童消费群体什么样的消费心理，企业应该相应采用什么样的心理营销策略？



自考365
www.zikao365.com