

消费心理学

(课程代码 00177)

注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用 2B 铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

第一部分 选择题

一、单项选择题: 本大题共 20 小题, 每小题 1 分, 共 20 分。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的, 请将其选出。

1. 从流通角度观察, 使商品或服务从市场上转移到消费者手里的是
A. 交易活动
B. 流通活动
C. 消费行为
D. 购买行为
2. 消费心理学主要研究以下哪一类消费?
A. 生活
B. 精神
C. 生产
D. 物质
3. 根据各个活动过程的不同形态和作用可以将消费者的心理活动分为情感过程、意志过程和
A. 感觉过程
B. 认识过程
C. 知觉过程
D. 思维过程
4. 消费者看到的商品、商品的包装、商标以及广告等, 称为
A. 内部刺激
B. 外部刺激
C. 刺激物
D. 诱因
5. 最容易发生兴趣变化的气质类型是
A. 胆汁质
B. 黏液质
C. 抑郁质
D. 多血质
6. 消费者长期消费某一种商品或某一种品牌, 其消费兴趣为
A. 广泛型
B. 固定型
C. 冲动型
D. 随意型

7. 在巴甫洛夫的实验中, 狗听到与铃声相似的声音同样能够受到刺激而分泌唾液, 这种现象称为刺激的
A. 异化
B. 泛化
C. 同化
D. 变化
8. 影响消费者记忆的内部因素是
A. 兴趣爱好
B. 刺激强弱
C. 信息顺序
D. 学习材料的难易程度
9. 决定人们的消费水平和消费结构的是
A. 家庭经济状况
B. 个人收入水平
C. 社会发展水平
D. 群体消费水平
10. 夫妻双方均收入较高, 但个性和生活目标方面有较大差异, 在家庭消费中互不干扰。这种家庭消费决策类型是
A. 丈夫做主型
B. 妻子做主型
C. 共同做主型
D. 各自做主型
11. 调味品、护肤品、清扫工具、洗涤用品、洗漱用品等, 这类家庭必备的日用消费品属于
A. 隐蔽性耐用品
B. 公开性必需品
C. 公开性耐用品
D. 隐蔽性必需品
12. 受传统习俗影响较深的消费者群体是
A. 女性消费群体
B. 农民消费群体
C. 文职人员消费群体
D. 老年消费群体
13. 在下列因素中, 对感性消费不起决定作用的是
A. 消费者的个性心理特征
B. 消费者的收入水平
C. 消费者的物质基础
D. 消费者的行为习惯
14. 不管是哪一类消费的倾向或趋势, 它从产生到消亡都要经过一个大体相似的过程, 表明消费流行具有
A. 时间性
B. 空间性
C. 周期性
D. 变动性
15. 商品名称能够直接指明商品的主要性能与用途, 使消费者迅速了解商品, 迎合了消费者追求实用性的心理, 易于取得消费者对产品的信赖的命名策略是
A. 依据制作工艺命名
B. 依据主要成分命名
C. 依据商品外形命名
D. 依据主要效用命名
16. 注重实效, 决策慎重, 情感服从理智, 能够接受新事物, 具有一定的从众心理, 对于新产品的态度经历了从怀疑到肯定的转变过程, 这类消费者是
A. 最先试用者
B. 早期使用者
C. 中期采用者
D. 晚期采用者

17. 主要用于装饰、点缀和烘托商业气氛的光源是
- A. 单色光源 B. 多色光源
C. 复合光源 D. 组合光源
18. 货柜商品摆放的原则是
- A. 整洁 齐全 精简 美观 B. 整洁 重要 丰满 美观
C. 整洁 齐全 丰满 美观 D. 干练 齐全 丰满 美观
19. 广告成功的心理基础是
- A. 引起消费者注意 B. 成功的设计
C. 选择合适的传播途径 D. 恰当的传播频率
20. 表现力最强的媒体广告是
- A. 广播广告 B. 电视广告
C. 报纸广告 D. 杂志广告
- 二、多项选择题：本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。
21. 消费者的心理过程包括
- A. 认识过程 B. 意志过程
C. 情感过程 D. 意识过程
E. 行为过程
22. 在消费者的购买行为中，消费者对商品的属性相对敏感的是
- A. 商品的流通 B. 商品的价格
C. 商品的外观 D. 商品的重量和数量
E. 商品的质量
23. 依据购买方式的不同，可将消费者的性格分为
- A. 习惯型 B. 理智型
C. 情感型 D. 意志型
E. 挑剔型
24. 经典性条件反射理论的主要论点包括
- A. 刺激的泛化 B. 刺激的辨别
C. 效应的消退 D. 固定比率的强化
E. 变动比率的强化
25. 人的需要转化为动机的条件有
- A. 目的 B. 目标
C. 环境压力 D. 诱因
E. 优势需要
26. 群体对消费文化心理的影响主要包括
- A. 个体在群体中的身份角色 B. 参照群体
C. 群体目标 D. 群体规范压力
E. 相关群体的信息沟通

27. 女性消费者的消费心理与行为特征包括
- A. 怀旧心理强烈 B. 易受外界因素影响
C. 注重商品外观与情感特征 D. 具有较强的时尚消费心理
E. 注重对商品实用性的周密比较
28. 相对于物质消费，消费者感性消费的特征包括
- A. 弹性消费 B. 社会性消费
C. 个性化消费 D. 指令性消费
E. 可塑性消费
29. 影响消费者购买新产品的主要因素包括
- A. 对新产品的感知程度 B. 对新产品的需要程度
C. 个性特征 D. 新产品的价格水平
E. 外界环境对心理的影响
30. 商店招牌的主要功能在于
- A. 引起消费者的兴趣 B. 引起消费者的注意
C. 便于消费者的记忆 D. 反映经营特色
E. 展示企业历史

第二部分 非选择题

三、简答题：本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分。

31. 什么是消费者个性心理特征?它包括哪些内容?
32. 简述研究消费者兴趣的意义。
33. 简述认知学习理论在营销活动中的应用。
34. 简述消费文化心理的构成。
35. 影响消费者群体形成的因素有哪些?
36. 全新产品对消费心理有什么影响?
- 四、论述题：本大题共 1 小题，10 分。
37. 举例说明消费习俗对消费心理与行为的影响。
- 五、案例分析题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。
38. 小王研究生毕业后就职于北京一家研究所，工作不久，便与在机关就职的爱人建立了小家庭。最近夫妻俩打算购买一辆小轿车，以利工作和生活之便。为此，他们到处打听行情，并跑了好几家汽车销售 4S 店，掌握了大量的相关信息，并对各种汽车品牌信息进行分析、比较、综合和归纳，同时，咨询了好几位有车的同学和同事。确定了购买的车型后，他们立即行动起来，去了几家 4S 店了解销售服务情况，最终他们选中了一家售后服务好的 4S 店，高高兴兴地将一辆称心的汽车开回了家。经过几个月的使用，小王对此车各方面的性能都非常满意，极力向自己的一位同学推荐此品牌汽车。

问题：通过小王购买汽车的例子具体说明消费者购买决策的过程。

39. 某汽车公司，在汽车外观设计时摒弃了标准化、一致化的传统设计理念，而是采取让消费者自行设计的新颖方式，并请专业设计师协助完善设计方案，使其更具时代气息；在市场定位方面，不仅兼顾了传统的低端市场，更在收购国外知名品牌的基础上进军中高端市场；在营销方面，采用网络营销与现场营销相结合的方式，消费者可在网上直接下单购买。问题：请结合案例分析文明消费心理对购买行为的影响。