

中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构

☑ 上市公司 实力雄厚 品牌保证

☑ 历次学员极高考试通过率 辅导效果有保证

☑ 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓

概率论与数理统计(经管类) 计算机应用基础

☑ 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务

☑ 权威师资阵容 强大教学团队

☑ 辅导紧跟命题 考点一网打尽

☑ 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解

☑ 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务

毛泽东思想、邓小平理论和"三个代表"重要思想概论

开设班次: (请点击相应班次查看班次介绍)

<u> </u>	<u> </u>	<u>精品</u> 址	<u> 套餐址</u>	<u> </u>	过生	<u> </u>	<u> </u>		央诏委起点班	
网校推荐课程:										
思想道德修养与法律基础		马克思主	马克思主义基本原理概论			大学语文			中国近现代史纲要	
经济法概论(财经类)		英语 (-	英语 (一)			英语 (二)			线性代数 (经管类)	
高等数学(工专)		高等数学	高等数学 (一)			线性代数			政治经济学 (财经类)	

更多辅导专业及课程>> 课程试听>> 我要报名>>

绝密 ★ 考试结束前

全国 2013 年 4 月高等教育自学考试

消费心理学试题

课程代码: 00177

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

选择题部分

注意事项:

- 1. 答题前,考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
- 2. 每小题选出答案后,用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动,用橡皮擦干净后,再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。
- 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,请将其选出并将"答题纸"的相应代码涂黑。错涂、 多涂或未涂均无分。

1. 一个人作为消费者时的所思所想属于

A. 消费过程

B.消费偏好

C. 消费心理

D.消费习惯

2. 研究消费者的心理活动时,须以他们在消费活动中的行为表现作为研究资料。这遵循的原则是

A. 全面性原则

B.发展性原则

C. 客观性原则

D.理论联系实际原则

3. 当消费者认为某些刺激物对自己不利时,会产生反感情绪并抵制有关信息的输入。这表明知觉具有

全天 24 小时服务咨询电话 010-82335555 免费热线 4008135555

 A. 理解性
 B.防御性

 C. 主观性
 D.整体性

4. 我国消费者喜欢把红色作为喜庆、热烈、高贵的色彩,这体现的情感类型是

 A. 道德感
 B.理智感

 C. 幸福感
 D.美感

5. "秉性难移"描述的消费者的个性心理特征是

A. 气质 B.性格

C. 能力 D.兴趣

6. 消费者常根据以往的购买和使用经验采取购买行动,其性格类型是

A. 理智型 B.习惯型

C. 情感型 D.挑剔型

7. 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.学习材料难易程度

8. 消费者认为某款饮料味道好,对其形成满意态度,以后经常喝它。这说明态度具有

A. 识别功能 B.导向功能

C. 价值表现功能 D.自我保护功能

9. 消费者网上购物的方式体现的购买动机是

A. 求实购买动机 B.求美购买动机

C. 求便购买动机 D.求异购买动机

10. 购买目的性不强,容易接受销售人员帮助的消费者的购买行为类型是

A. 习惯型 B.理智型

C. 随意型 D.疑虑型

11. 消费者有钱也舍不得花,生活消费水平基本上保持原有水准。这种消费文化心理是

A. 奢侈消费文化心理 B.享受消费文化心理

C. 小康消费文化心理 D.节俭消费文化心理

12. 针对中年消费群体应采取的营销策略是

A. 注重商品的质量 B.注重商品的外观设计

C. 刺激冲动性的购买 D.设计符合时代特色的商品

13. 消费者基于长期消费实践而形成的对某一品牌的稳定性偏好是

A. 消费习惯B.消费习俗C. 消费文化D.消费流行

C. 相贝文化 D.相页加口

14. 消费者产生盲目抢购或待购行为的主要原因是

A. 商品涨价 B.缺乏安全感

全天 24 小时服务咨询电话 010-82335555 免费热线 4008135555

C. 商品过剩 D.商品短缺

15. 新产品推广时,价格策略适用于

A. 最早试用者 B.早期试用者

C. 中期采用者 D.晚期采用者

16.101 生发水采用的命名策略是依据

A. 产品产地 B.主要成分

C. 制作工艺 D.商品外形

17. 在食品包装上使用淡绿色,会使消费者联想起无毒害的"绿色食品"。这说明在广告设计中应注意

A. 信息有足够的可信度 B.恰当的广告定位

C. 激发积极的情感体验 D.主题思想紧扣消费者需要

18. 保持店堂内适当的能见度,方便消费者在店内流动购物的照明是

A. 商品照明 B.基本照明

C. 装饰照明 D. 橱窗照明 19. "广告是潜在的推销员", 这表现了广告的

A. 促销功能 B.艺术功能

C. 便利功能 D.传播功能

20. 消费者经过理性思考后作出的拒绝购买的决策属于

A. 一般性拒绝 B.隐蔽性拒绝

C. 委婉性拒绝 D.彻底性拒绝

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,请将其选出并将"答题纸"的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

21. 消费心理学的研究内容包括

A. 影响消费心理的因素 B.市场营销中的消费心理现象

C. 消费心理活动的特殊规律 D.消费者购买行为中的心理现象

E. 消费心理活动的一般规律

22. 消费者意志品质的基本特征包括

A. 自觉性 B.自制性

C. 坚韧性 D.果断性

E. 稳定性

23. 消费者兴趣的特点包括

 A. 倾向性
 B.持久性

 C. 差别性
 D.效果性

E. 发散性



24. 学习对消费者的影响包括

A. 增加商品知识 B.丰富购物经验

C. 提高购物能力 D.提高商品鉴别能力

E. 养成正确的购物观念

25. 针对消费者个性的心理特征的新产品设计策略包括

A. 效用细分策略 B.地位显示策略

C. 个性标榜策略 D.情感寄托策略

E. 目标追求策略

26. 现代家庭消费的基本特征包括

A. 广泛性 B.一致性

C. 阶段性 D.差异性

E. 相对稳定性

27. 市场经济条件下,我国居民消费观念和消费方式的变化包括

A. 从注重物质消费转向精神消费

B.消费模式由个体化向趋同化转变

C. 从注重现实消费转向长远消费

D.生活消费由质的追求转向量的满足

E. 家务劳动趋向个体化

28. 商标的心理功能包括

A. 保持功能 B.识别功能

C. 记忆功能 D.促销功能

E. 保护功能

29.POP 广告陈列摆放策略应体现

A. 整体美 B.独特个性

C. 便利性 D.齐全性

E. 一致性

30. 为满足消费者基本需要的新产品设计策略包括

A. 使用优化策略 B.性能提高策略

C. 功能多样化策略 D.人体力学策略

E. 目标追求策略

非选择题部分

注意事项:

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上,不能答在试题卷上。



三、简答题(本大题共5小题,每小题6分,共30分)

- 31. 简述影响消费者情感的因素。
- 32. 简述成功的广告如何引起消费者的注意?
- 33. 简述消费者的购买决策过程。
- 34. 简述消费流行具有的主要特征。
- 35. 简述货位与顾客通道的构成方式。
- 四、论述题(本大题共1小题,10分)
- 36. 结合实际论述如何根据不同消费水平设计商品包装。
- 五、案例分析题(本大题共2小题,每小题10分,共20分)
- 37. 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。

请结合案例分析文明消费心理对购买行为的影响。

38. 调查表明,青年人更换手机的频率普遍较高。手机不再仅仅是一种生活必需品,而是 青年人张扬个性的一种手段。与中老年人购物时深思熟虑、千挑万选的消费习惯相反,青 年人更加注重对手机的第一感觉,注重产品的形象而忽视其质量,因此买回来几天就可能 出现问题,导致弃之不用,又购买新的手机。

请结合案例分析青年群体的消费特征。