

- |  |   |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证         | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证     | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务    | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务  |

**开设班次：**（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	串讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	--------

**网校推荐课程：**

思想道德修养与法律基础	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（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[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：**

- 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。
- 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。

- 一个人作为消费者时的所思所想属于
  - 消费过程
  - 消费偏好
  - 消费心理
  - 消费习惯
- 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
  - 全面性原则
  - 发展性原则
  - 客观性原则
  - 理论联系实际原则
- 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



- 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质量问题，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。