

- | | |
|--|---|
| <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	实验班	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）	护理学导论	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

浙江省 2014 年 4 月高等教育自学考试 广告心理学试题

课程代码：00636

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 10 小题，每小题 2 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. 米勒的实验研究表明，短时记忆的容量大约为

- A.1±2
C.5±2
- 2.提出独特的销售建议 USP 理论的是
A.瑞夫斯
C.闵斯特伯格
- 3._____提出了著名的经典性条件反射学习理论。
A.斯金纳
C.巴甫洛夫
- 4.一般认为,儿童年龄在几岁就能把广告和节目区分开来
A.3 岁
C.7 岁
- 5.广告心理学的诞生时间是
A.1903 年
C.1923 年
- 6.注意的适应水平理论是_____在 1964 年提出的。
A.海尔森
C.特里斯曼
- 7._____是人们对道德需要是否得到实现或满足所产生的体验。
A.道德感
C.理智感
- 8.选择与调查有关的词句,要求被测者展开自由联想,这种投射测验是
A.语句完成法
C.文字联想法
- 9.以下颜色中,属于暖色的是
A.黄色
C.青色
- 10.由白天想到黑夜,由失败想到胜利,这属于联想的
A.接近律
C.类似律
- B.3±2
D.7±2
B.斯科特
D.盖尔
B.华生
D.弗洛伊德
B.5 岁
D.9 岁
B.1913 年
D.1933 年
B.刘易斯
D.雷蒙德
B.美感
D.动感
B.主题统觉测验
D.绘画测验
B.蓝色
D.绿色
B.对比律
D.因果律

二、多项选择题(本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 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。

- 11.以下心理活动,属于个性倾向性的有

- A.需要
C.兴趣
E.世界观
- 12.消费者的购买行为受到影响的外部因素有
A.家庭
C.社会阶层结构
E.人格特点
- 13.在问卷调查中,封闭式的提问方式有
A.是非题
C.匹配题
E.自由回答法
- 14.人体反映外部事物属性的感觉道有
A.视觉
C.嗅觉
E.皮肤觉
- 15.广告作品的事前测评常用的方法有
A.评分法
C.淘汰法
E.态度量表
- B.动机
D.信念
- B.参照群体
D.认知结构
- B.选择题
D.评定量表
- B.听觉
D.味觉
- B.比较排序法
D.形容词选择法

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、填空题(本大题共 5 小题,每空 1 分,共 10 分)

- 16.根据需要的起源,需要可分为_____需要和_____需要两大类。
- 17.产品概念分为三个内涵,依次是_____产品、_____产品和_____产品。
- 18.访谈法分为结构式访谈和_____访谈。
- 19.问卷的_____,是指它测定结果的稳定性。
- 20.广告的效果分为_____效果、_____效果、_____效果。

四、名词解释(本大题共 4 小题,每小题 5 分,共 20 分)

- 21.实验法
22.态度

23.联想学习理论

24.联觉

五、简答题(本大题共 5 小题, 每小题 6 分, 共 30 分)

25.结构式访谈的优点有哪些?

26.在问卷调查中, 制定具体项目的要求是什么?

27.注意信息的一般动机有哪些?

28.消费者认牌购买的动机分为哪几类?

29.影响参照群体作用大小的因素有哪些?

六、论述题(本大题 10 分)

30.很多产品都是针对家庭进行营销的。举例说明针对家庭的广告策略有哪些?



自考365
www.zikao365.com