

中国十大品牌教育集团 中国十佳网络教育机构



- 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！](#)

历年真题测评班：通过真题的在线模拟测试，由自考 365 网校的专家名师指明未来考试中可能出现的“陷阱”、“雷区”、“误区”，帮助学员减少答题失误，提高学员驾驭和应用所学知识的能力，迅速提高应试技巧和强化所学知识，顺利通过考试！[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 2007 年 4 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. 按照我国消费者的行走习惯，POP 广告摆布的顺序应该是（ ）
A. 自左向右 B. 自右向左
C. 自里向外 D. 自外向里
2. 为刺激顾客即兴购买，商场里应把易于随机购买的商品设置在（ ）
A. 明显位置 B. 楼梯位置
C. 门口位置 D. 固定位置
3. 一个人作为消费者的时候，他的所思所想是（ ）
A. 消费行为 B. 消费心理
C. 消费过程 D. 消费习惯

4. 使人对某件事物或活动给予特别注意和关注,并具有向往心情的个性心理特征是 ()
- A. 气质 B. 能力
C. 性格 D. 兴趣
5. 新产品应具备的基本功能是 ()
- A. 经济耐用 B. 经久耐用
C. 方便实用 D. 经久实用
6. 商业广告传播功能的主要表现是 ()
- A. 传播商业信息 B. 增强商品影响力
C. 吸引消费者的注意 D. 提高消费者的兴趣
7. 人类消费需要的重要特征是 ()
- A. 变异性 B. 种族性
C. 遗传性 D. 生物性
8. 有助于增强消费群体影响的信息是 ()
- A. 个人信息 B. 单向信息
C. 双向信息 D. 大众信息
9. 消费者对感情性心理活动过程的体验和感受是 ()
- A. 情绪 B. 情感
C. 认知 D. 情操
10. 消费流行产生的直接原因是 ()
- A. 主观臆断 B. 客观分析
C. 随机事件 D. 社会文化背景
11. 消费者通过观察他人行为的强化而间接学习知识、获得经验的方式所反映的心理学理论是 ()
- A. 需要层次理论 B. 认知学习理论
C. 经典性条件反射理论 D. 工具性条件反射理论
12. 不同文化层次的消费群体所表现的购物心理差异是 ()
- A. 兴趣差异 B. 认知差异
C. 层次差异 D. 标准差异
13. 消费文化心理素质的提高引导消费走向 ()
- A. 文明消费 B. 时尚消费
C. 会员消费 D. 大众消费

14. 易于接受导购人员介绍和帮助的消费者大多是 ()
- A. 理智型消费者 B. 经验型消费者
C. 确定型消费者 D. 随意型消费者
15. 从年龄层次上看, 时尚消费心理较强的群体是 ()
- A. 老年 B. 中年
C. 青年 D. 少年儿童
16. 选择商品以自我感觉为转移, 易受商品外表造型、命名、色彩及装潢影响的消费者, 其性格类型属于 ()
- A. 习惯型 B. 随意型
C. 保守型 D. 情感型
17. 影响消费者在认识商品、购买商品等活动中的情感变化的首要因素是 ()
- A. 商品质量 B. 商品名称
C. 购物环境 D. 心理准备
18. 消费者的习惯性价格心理是 ()
- A. 周期性的 B. 阶段性的
C. 不易改变的 D. 不可改变的
19. 随着交通事业的不断发展, 将会有所减弱的消费习惯是 ()
- A. 群体性习惯 B. 地域性习惯
C. 品牌偏好习惯 D. 个体性偏好习惯
20. 识别和记忆往事的过程是 ()
- A. 识记 B. 保持
C. 回忆 D. 认知

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. 知觉的特性包括 ()
- A. 客观性 B. 间接性
C. 主观性 D. 整体性
E. 选择性
22. 享受消费心理应该包括 ()
- A. 文明的 B. 奢侈的
C. 成熟的 D. 传统的

E. 高层次的

23. 消费者在选购商品时常常表现出来的期望包括 ()

- A. 对广告的期望
- B. 对称心如意商品的期望
- C. 对良好购物环境的期望
- D. 对商场地理位置的期望
- E. 对良好服务的期望

24. 运用实验法对消费心理进行研究, 可采用的具体方式包括 ()

- A. 社会调查
- B. 问卷调查
- C. 现场实验
- D. 统计调查
- E. 实验室实验

25. 稳定性较强的消费习俗包括 ()

- A. 节日消费习俗
- B. 宗教消费习俗
- C. 服饰消费习俗
- D. 居住消费习俗
- E. 交际消费习俗

26. 设计老年用品包装应突出的特性包括 ()

- A. 实用性
- B. 科学性
- C. 简单性
- D. 时尚性
- E. 变动性

27. 导致消费习惯产生的原因包括 ()

- A. 心理原因
- B. 生理原因
- C. 经济原因
- D. 气候原因
- E. 职业原因

28. 商业企业的店外环境因素通常包括 ()

- A. 店址
- B. 照明
- C. 招牌
- D. 橱窗陈列
- E. 店内环境

29. 消费者可以接收的外部商品信息包括 ()

- A. 商业广告信息
- B. 政府主管机关的公告
- C. 消费者协会的报告
- D. 消费者的口传信息
- E. 消费者的商品知识

30. 消费态度的本质特征包括 ()

- A. 习得性
- B. 对象性

- C. 持续性
D. 内在性
E. 差异性

三、简答题（本大题共 5 小题，每小题 6 分，共 30 分）

31. 简述消费者购买决策的主要内容。
32. 简述消费心理活动过程的一般规律。
33. 如何提高消费者对广告信息的记忆效果？
34. 简述子女成长时期家庭消费的主要特点。
35. 如何应用感性消费原理制定企业营销策略？

四、论述题（本大题 10 分）

36. 如何认识与应用商标设计的心理策略？

五、案例分析题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

37. 甲乙两国在消费热点的变化过程中存在着明显的差异。上世纪 50 年代以来，甲国的消费热点是从洗衣机、电冰箱、黑白电视机发展到汽车、彩电、冷气设备再发展到别墅、电子灶和家庭冷、暖气化。乙国的消费热点则从手表、自行车、缝纫机发展到电风扇、黑白电视机、收录机、再到彩色电视机、冰箱、洗衣机，目前的热点则是商品房、汽车、空调器等。

问题：产生上述差异的消费心理学依据是什么？

38. A 品牌餐厅几乎成为全国儿童的乐园，店内窗明几净，餐桌椅色彩鲜艳，灯光柔和，儿童游戏区气氛热烈；店内 POP 广告和儿童音乐吸引儿童，那里有好吃的，更有好玩的，还可以举办生日庆祝活动，金黄色的 A 标志和笑容可掬的儿童形象大使，成为欢乐和美味的象征。

请分析 A 品牌餐厅是怎样成功地营造出独具特色的消费环境的？