

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. 消费心理学研究的主体是
A. 商品或服务的需求者
B. 商品或服务的使用者
C. 商品或服务的提供者
D. 商品或服务的直接购买者
2. 研究消费心理和行为必须从系统的角度进行分析, 体现的研究原则是
A. 发展性原则
B. 客观性原则
C. 全面性原则
D. 理论联系实际原则
3. 中国消费者喜欢将红色作为喜庆、热烈的色彩, 而欧美消费者则把白色作为纯洁、神圣的象征, 这种现象体现的是
A. 美感
B. 理智感
C. 道德感
D. 时尚感
4. 消费者将苹果、香蕉、桔子统称为水果, 这种认识过程是
A. 知觉
B. 思维
C. 感觉
D. 想象
5. 属于消费者个性心理倾向性的是
A. 气质
B. 性格
C. 需要
D. 能力
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. 某消费者经常光顾某商场的原因是此商场营业员的热情服务曾给他留下了良好印象, 消费者的这种记忆属于
A. 情绪记忆
B. 逻辑记忆
C. 运动记忆
D. 感觉记忆

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“答题卡”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

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. 在购买活动中，消费者的情绪表现主要有
- A. 面部表情 B. 心理状态 C. 声调表情
D. 动作表现 E. 消费动机
23. 依据消费者态度的不同，可将其性格分为
- A. 节俭型 B. 保守型 C. 随意型
D. 理智型 E. 情感型
24. 在消费者认知商品的过程中，注意的功能包括
- A. 情感功能 B. 选择功能 C. 维持功能
D. 计划功能 E. 调节与监督功能
25. 消费文化心理中左右人们消费行为的最核心内容包括
- A. 物质消费文化心理 B. 表层消费文化心理 C. 精神消费文化心理
D. 现代消费文化心理 E. 深层消费文化心理
26. 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
27. 消费习惯的表现可以分为
- A. 对时尚追求的偏好 B. 对潮流逆反的偏好 C. 对某种商品的偏好
D. 对商品品牌的偏好 E. 对消费行为方式的偏好
28. 产品要满足消费者的个性需求应当注重
- A. 年龄象征性 B. 性别象征性 C. 地位象征性
D. 职业象征性 E. 个性象征性
29. POP 广告的功能包括
- A. 认识功能 B. 定价功能 C. 感情功能
D. 美育功能 E. 诱导功能
30. 无人销售方式包括
- A. 电视销售 B. 自助式售货 C. 邮寄售货
D. 网上售货 E. 自动售货机方式

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. 简述多血质的消费者在消费行为中表现出的特有活动方式和表现形式。
32. 简述消费者受群体行为规范影响的原因。
33. 简述少年儿童消费心理与行为的特征。
34. 简述商标的心理功能。
35. 简述设计商店建筑外观要考虑的因素。

四、论述题（本大题共 1 小题，10 分）

36. 试述影响消费流行的因素。

五、案例分析题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分）

37. 美国某公司雇用了数十名女打字员。为了方便管理，公司将她们集中在同一办公室工作。然而，在最初的三个月中，打字员们情绪不安，打字错误率较高。经研究发现，室内高达 80 分贝的噪音是导致打字员工作效率差的重要原因。后来，公司配备了防音、消音设施，使室内噪音下降，打字员的情绪逐渐稳定，打字错误率降低，工作效率得到了提高。工作之余，大家还经常在下班之后一起兴致勃勃地结伴到商场购物。根据以上案例，请分析消费者情绪与行为的关系。

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。