

全国 2016 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. 研究消费者的心理活动时,应探寻他们消费心理的变化规律,推断各种条件改变后心理变化的可能性并针对变化采取相应的措施。这种研究原则属于
A. 客观性原则
B. 全面性原则
C. 发展性原则
D. 理论联系实际原则
2. 当消费者认为某些刺激物对自己不利时,就会产生反感情绪并抵制有关信息的输入,这表明知觉具有
A. 整体性
B. 防御性
C. 选择性
D. 主观性
3. 消费者善于以充沛的精力克服困难来完成各种既定的复杂任务的品质,这种意志特性属于
A. 自觉性
B. 果断性
C. 自制性
D. 坚韧性
4. “人心不同,各如其面”表明个性具有
A. 独特性
B. 可塑性
C. 倾向性
D. 稳定性
5. 某消费者利用自己较丰富的商品知识和购买经验采取购买行动,对他人意见持较敏感的戒心,其性格类型属于
A. 节俭型
B. 挑剔型
C. 情感型
D. 习惯型

6. 某消费者表面上貌似注意某一事物，但实际内在的心理活动却集中在另外一个事物上，这种注意类型属于
- A. 似注意 B. 无意注意 C. 有意注意 D. 有意后注意
7. 日本消费者一般喜欢吃生鱼片，而欧美消费者则不喜欢。影响其消费态度的差别的主要原因是
- A. 需要 B. 经验 C. 阶层文化 D. 信息加工
8. 消费者由收藏、集邮、摄影、钓鱼、养花等形成的对某类商品的特殊偏爱和习惯性购买行为，其购买动机属于
- A. 求癖购买动机 B. 求名购买动机
C. 求美购买动机 D. 从众购买动机
9. 消费者决策过程的初始阶段是
- A. 作出决策 B. 寻求信息 C. 方案评估 D. 确认问题
10. 近年来中国消费者对保健品的需求热潮反映出的消费文化心理是
- A. 奢侈消费文化心理 B. 享受消费文化心理
C. 节俭消费文化心理 D. 个性消费文化心理
11. 不成文形式的消费者群体规范的作用方式是
- A. 直接的 B. 自发的 C. 间接的 D. 强制的
12. 端午节吃粽子的消费习俗属于
- A. 喜庆类消费习俗 B. 信仰类消费习俗
C. 宗教类消费习俗 D. 纪念类消费习俗
13. 消费流行范围最广阔的消费特点具有
- A. 贵族化 B. 大众化 C. 高档化 D. 中档化
14. 通过促销攻势让可口可乐占领中国饮料市场的主要营销策略是
- A. 利用人们的“崇洋”心理 B. 制造消费流行
C. 引导消费时尚 D. 培养消费习惯
15. 消费者接受新产品的心理过程是
- A. 注意—评价—兴趣—试用—接受 B. 兴趣—注意—评价—试用—接受
C. 注意—兴趣—评价—试用—接受 D. 注意—评价—试用—兴趣—接受
16. 对于日用杂品、蔬菜宜采用的包装策略是
- A. 简易包装 B. 赠品包装 C. 复用包装 D. 等级包装
17. 根据系列摆放法，摆放商品的顺序首先应考虑
- A. 商品的质量 B. 商品的规格 C. 商品的种类 D. 商品的价值
18. POP广告最直接、最基本的心理功能是
- A. 认识功能 B. 情感功能 C. 诱导功能 D. 美育功能
19. 瞬间即逝、无法保存且不能直接展示商品形象的媒体广告是
- A. 电视广告 B. 广播广告 C. 报纸广告 D. 杂志广告
20. 现代营销工作的难点在于
- A. 更好地包装商品 B. 广告支出费用的增加
C. 做好商品售后服务工作 D. 实现买卖双方的理解和沟通

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. 小组座谈的优点包括
- A. 气氛活跃 B. 节约时间 C. 操作简便
D. 减少耗费 E. 相互启发
22. 在消费活动中，消费者接受有关商品的各种信息可以借助以下哪些外感受感觉来完成？
- A. 触觉 B. 视觉 C. 听觉
D. 嗅觉 E. 机体觉
23. 消费者个性心理特征包括
- A. 需要 B. 动机 C. 气质
D. 性格 E. 能力
24. 引起消费者无意注意的因素有
- A. 刺激物的强度 B. 刺激物的新异性 C. 刺激物的对比度
D. 刺激物的活动性 E. 消费者的心境
25. 当代文明消费心理反映在消费者的购买行为上，表现为
- A. 消费个性化 B. 消费低档化 C. 消费时尚化
D. 消费高档化 E. 消费便利化
26. 下列属于物质消费习俗的有
- A. 饮食消费习俗 B. 服饰消费习俗 C. 日用消费习俗
D. 住宿消费习俗 E. 宗教类消费习俗
27. 感性消费市场的特征包括
- A. 细分难度大 B. 市场空间狭窄 C. 市场空间广泛
D. 对应商品的市场生命周期短
E. 规模与消费主体的可随意支配收入直接相关
28. 消费者价格心理表现的特征有
- A. 关联性 B. 发展性 C. 习惯性
D. 敏感性 E. 倾向性
29. 店堂灯光照明包括
- A. 装饰照明 B. 基本照明 C. 日光照明
D. 商品照明 E. 自然光照明
30. 在销售商品过程中，买卖双方存在心理差距的主要原因有
- A. 双方能力的差异 B. 双方性别的差异 C. 双方文化程度的差异
D. 双方在利益上的分歧 E. 双方在市场地位上的对立

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. 简述消费者购买行为中思维的特点。
32. 简述影响消费者记忆与遗忘的客观因素。
33. 简述现代家庭消费的基本特征。
34. 简述畸形消费的表现。
35. 简述营销人员转变消费者拒绝购买态度的方法。

四、论述题（本大题共 1 小题，10 分）

36. 举例论述消费者兴趣的特点以及消费者兴趣对其购买行为的影响。

五、案例分析题（本大题共 2 小题，每小题 10 分，20 分）

37. 随着精神享受、娱乐休闲方面需求的日益增大，商家已经开始注重娱乐休闲市场和文化市场。而始作俑者，当推世界著名的美国迪斯尼乐园。人们进入迪斯尼乐园就如同进入梦幻世界，在这里可以看到我们这个星球的过去和未来，从中得到假日的娱乐。靠着“销售欢乐、在娱乐中赚钱”的诀窍，如今，迪斯尼已经建立起了全球最大的娱乐帝国，开创并主宰了一个全新的卡通世界。

根据马斯洛提出的“需要层次理论”，分析迪斯尼乐园成功的原因。

38. 中国古代有“买椽还珠”的寓言，说的是郑人见楚人卖的珍珠“为木兰之柜，熏以桂椒，缀以珠玉，饰以玫瑰，辑以翡翠”，竟然买其木匣，还其珍珠。购物者舍本取末固然傻得可爱，但商人推销商品善于以包装取悦于人则显得聪明过人。一件商品质量性能再好，倘若包装平平，就无法体现它的应有价值，甚至无人问津。

根据以上案例，说明商品包装的心理功能以及包装设计的心理要求。