

绝密 ★ 考试结束前

全国 2018 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。在每小题列出的备选项中只有一项是最符合题目要求的,请将其选出。

1. 心理活动过程除了人的认识过程、情感过程外,还有一个是
A. 思想过程 B. 意志过程 C. 行为过程 D. 思维过程
2. 消费者有三种消费角色,即商品或服务的购买者、使用者以及
A. 需求者 B. 供给者 C. 丢弃者 D. 享有者
3. 当消费者通过对商品进行分析、比较和选择后,一旦决定,就会付诸购买行动,这一阶段是消费者意志过程的哪一阶段?
A. 购买决定阶段 B. 购买决策阶段
C. 购买行动阶段 D. 购买实施阶段
4. 下面不属于意志过程的特征是
A. 果断性 B. 目的性 C. 选择性 D. 行动性
5. 个性心理特征中难以改变的是
A. 兴趣 B. 性格 C. 能力 D. 气质
6. 消费者常根据以往的购买和使用经验采取购买行动,其性格类型是
A. 理智型 B. 习惯型 C. 情感型 D. 挑剔型

7. 当感知过或经历过的事物重新出现在眼前时能够辨别出, 并确定自己曾经历过的过程即
- A. 识记 B. 保持 C. 回忆 D. 再认
8. 操作性条件反射理论的创始人是
- A. 加涅 B. 斯金纳 C. 巴甫洛夫 D. 布鲁纳
9. 消费行为的相关性取决于
- A. 需要的相关性 B. 动机的相关性
C. 需要的周期性 D. 需要的多样性
10. 个体在一定的条件下感到某种欠缺而力求获得满足的一种不平衡状态是
- A. 动机 B. 知觉 C. 需要 D. 态度
11. “不稳定, 易变化, 本文化与异文化容易交融”的消费行为所导致的消费文化心理层次是
- A. 里层的 B. 表层的 C. 深层的 D. 中层的
12. 工人消费群体、农民消费群体、知识分子消费群体的划分标准是
- A. 劳动环境 B. 工作性质 C. 职业 D. 教育性质
13. 文职人员作为一个消费群体其成分构成
- A. 简单 B. 复杂 C. 清晰 D. 模糊
14. 人们日常消费的主体是
- A. 家庭消费 B. 个体消费 C. 集团消费 D. 公款消费
15. 对经营者而言, 满足感性消费的关键是对目标市场进行科学的
- A. 行为细分 B. 收入细分
C. 心理细分 D. 地域文化细分
16. 一定的消费习俗和消费者个性特征相互融合形成的消费心理现象是
- A. 消费流行 B. 消费习惯 C. 消费时尚 D. 消费行为
17. 消费者接受新产品的心理过程是
- A. 注意—兴趣—评价—试用—接受
B. 兴趣—注意—评价—试用—接受
C. 试用—评价—注意—兴趣—接受
D. 评价—注意—兴趣—试用—接受
18. 体积笨重和易损坏商品应摆放的位置是
- A. 后层 B. 下层 C. 通道上 D. 出口附近
19. 外部装饰灯主要起的作用是
- A. 以远眺为主招揽顾客 B. 渲染烘托气氛
C. 突出显示商品 D. 明快醒目

20. 在营销人员并不主动接待的情况下，消费者仍然能够理智地选购商品，这种状态应视为

- A. 情绪好和积极性高相结合的状态
- B. 情绪好和积极性低相结合的状态
- C. 情绪坏和积极性高相结合的状态
- D. 情绪坏和积极性低相结合的状态

二、多项选择题：本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分。在每小题列出的备选项中至少有两项是符合题目要求的，请将其选出，错选、多选或少选均无分。

21. 影响消费者情感的商品因素包括

- A. 商品质量
- B. 商品命名
- C. 商品陈列
- D. 商品包装
- E. 商品功能

22. 影响消费者性格形成的因素包括

- A. 个人生理素质
- B. 社会环境
- C. 教育
- D. 年龄
- E. 社会实践活动

23. 消费者萌发对某种商品的购买动机后，不仅注意观看所选商品的外观，而且会参考自己以往购物的体验进行决策，这是以下哪些类型注意的作用？

- A. 有意注意
- B. 有意后注意
- C. 外部注意
- D. 内部注意
- E. 无意注意

24. 消费者的情绪性购买动机的特点包括

- A. 即景性
- B. 客观性
- C. 冲动性
- D. 周密性
- E. 即时性

25. 从构成情况看，社会环境包括

- A. 社会物质环境
- B. 社会制度环境
- C. 社会精神环境
- D. 社会生态环境
- E. 社会消费环境

26. 消费者群体形成的内在因素包括

- A. 性别
- B. 年龄
- C. 兴趣爱好
- D. 生理方式
- E. 个性特征

27. 下列各项中一定属于畸形消费的有
- A. 涨价抢购
 - B. 俏货抢购
 - C. 盲目抢购
 - D. 理性待购
 - E. 盲目待购
28. 为满足消费者基本需要, 新产品设计的心理策略包括
- 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. 社会分层策略
29. 店外整体形象的营造应遵循的原则有
- A. 引发消费兴趣的原则
 - B. 适应消费习惯和消费习俗的原则
 - C. 环境便利消费的原则
 - D. 经济实用消费的原则
 - E. 稳定、祥和的消费原则
30. 下列属于报纸广告心理特点的有
- A. 传播范围广、覆盖面宽、读者广泛稳定
 - B. 信息传播迅速、灵活、方便
 - C. 表现力强
 - D. 准确性高
 - E. 消息性强

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 6 小题, 每小题 5 分, 共 30 分。

- 31. 简述消费心理学对消费的界定。
- 32. 消费者在购买活动中感知风险时, 为减少风险常常采取的办法和策略有哪些方面?
- 33. 简述影响消费者记忆的客观因素。
- 34. 简要说明消费需要的特征。
- 35. 群体对消费心理的影响有哪些?
- 36. 消费者价格心理的一般特征有哪些?

四、论述题: 本大题共 1 小题, 10 分。

- 37. 试述成功的广告应从哪些方面引起消费者的注意。

五、案例分析题: 本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分。

- 38. 在有关过于肥胖和蛀牙危险的宣传攻势下, 人们开始躲避甚至拒绝任何甜食, 这对糖果生产厂商是一种致命的打击。某糖果生产企业委托一家专业机构帮助解决困境。专

家们为其设计制订了一个战略计划。首先采取的一项措施是，把糖果体积减小一半，突出强调大糖果盒里的小块糖果。接着又采取另一种策略：那就是奖励自己。这种策略的理论是：孩子们因“表现好”就可以得到糖果作为奖励。因此，从很小的年龄开始，糖果作为一种奖励象征铭刻在孩子们幼小的心灵中。最后再运用电视广告的宣传，不断地把此类信息传递给消费者。他们选用一位身材苗条的芭蕾舞演员，广告中她在翩翩起舞时伸手去拿一块小糖果，并且说：“保持体型优美多么不易，这也是我喜欢这“小小糖块”的原因。神奇的小糖块使我在后台迅速恢复体力，又不致有“腹满为患”的感觉，一天辛苦之后，在家里吃块糖果真的令人惬意。”她最后说：“我喜欢用精致的小东西来奖励自己！”

问题：（1）消费者的态度是由哪几部分构成的？

（2）你认为如何才能做好消费者购买态度的转化工作？

39. 在一项研究中，研究者观察了120位消费者在三家连锁店购买洗衣粉的行为。观察结果表明，72%的消费者只看了一种品牌包装的洗衣粉，只有11%的消费者看了两种以上品牌包装的洗衣粉，83%的消费者只拿起了一种洗衣粉，只有4%的消费者拿起了两种以上的洗衣粉。很明显，多数消费者几乎没有在不同品牌或同一品牌不同包装的洗衣粉产品之间作比较分析。

问题：试用习惯养成理论来解释这一调查结果。