

绝密 ★ 考试结束前

## 全国 2013 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. 一个人作为消费者时的所思所想属于( C ) 1-7  
A. 消费过程 B. 消费偏好  
C. 消费心理 D. 消费习惯
2. 研究消费者的心理活动时, 须以他们在消费活动中的行为表现作为研究资料。这遵循的原则是( C ) 1-21  
A. 全面性原则 B. 发展性原则  
C. 客观性原则 D. 理论联系实际原则
3. 当消费者认为某些刺激物对自己不利时, 会产生反感情绪并抵制有关信息的输入。这表明知觉具有( B ) 2-40  
A. 理解性 B. 防御性  
C. 主观性 D. 整体性
4. 我国消费者喜欢把红色作为喜庆、热烈、高贵的色彩, 这体现的情感类型是( D ) 2-50  
A. 道德感 B. 理智感  
C. 幸福感 D. 美感
5. “秉性难移”描述的消费者的个性心理特征是( A ) 3-63  
A. 气质 B. 性格  
C. 能力 D. 兴趣
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( B ) 3-68

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

- A. 理智型  
B. 习惯型  
C. 情感型  
D. 挑剔型
7. 影响消费者记忆的内部因素是( A ) 4-89  
A. 兴趣爱好  
B. 刺激强弱  
C. 信息顺序  
D. 学习材料难易程度
8. 消费者认为某款饮料味道好, 对其形成满意态度, 以后经常喝它。这说明态度具有( B )  
4-101  
A. 识别功能  
B. 导向功能  
C. 价值表现功能  
D. 自我保护功能
9. 消费者网上购物的方式体现的购买动机是( C ) 5-118  
A. 求实购买动机  
B. 求美购买动机  
C. 求便购买动机  
D. 求异购买动机
10. 购买目的性不强, 容易接受销售人员帮助的消费者的购买行为类型是( C ) 5-123  
A. 习惯型  
B. 理智型  
C. 随意型  
D. 疑虑型
11. 消费者有钱也舍不得花, 生活消费水平基本上保持原有水准。这种消费文化心理是( D )  
6-158  
A. 奢侈消费文化心理  
B. 享受消费文化心理  
C. 小康消费文化心理  
D. 节俭消费文化心理
12. 针对中年消费群体应采取的营销策略是( A ) 7-179  
A. 注重商品的质量  
B. 注重商品的外观设计  
C. 刺激冲动性的购买  
D. 设计符合时代特色的商品
13. 消费者基于长期消费实践而形成的对某一品牌的稳定性偏好是( A ) 8-203  
A. 消费习惯  
B. 消费习俗  
C. 消费文化  
D. 消费流行
14. 消费者产生盲目抢购或待购行为的主要原因是( B ) 8-215  
A. 商品涨价  
B. 缺乏安全感  
C. 商品过剩  
D. 商品短缺
15. 新产品推广时, 价格策略适用于( C ) 9-225  
A. 最早试用者  
B. 早期试用者  
C. 中期采用者  
D. 晚期采用者
16. 101 生发水采用的命名策略是依据( C ) 9-227

- A. 产品产地  
B. 主要成分  
C. 制作工艺  
D. 商品外形
17. 在食品包装上使用淡绿色, 会使消费者联想起无毒害的“绿色食品”。这说明在广告设计中应注意( C ) 10-272/273
- A. 信息有足够的可信度  
B. 恰当的广告定位  
C. 激发积极的情感体验  
D. 主题思想紧扣消费者需要
18. 保持店堂内适当的能见度, 方便消费者在店内流动购物的照明是( B ) 10-256
- A. 商品照明  
B. 基本照明  
C. 装饰照明  
D. 橱窗照明
19. “广告是潜在的推销员”, 这表现了广告的( A ) 11-276
- A. 促销功能  
B. 艺术功能  
C. 便利功能  
D. 传播功能
20. 消费者经过理性思考后作出的拒绝购买的决策属于( D ) 11-292
- A. 一般性拒绝  
B. 隐蔽性拒绝  
C. 委婉性拒绝  
D. 彻底性拒绝
- 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“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。
21. 消费心理学的研究内容包括( BDE ) 1-8
- A. 影响消费心理的因素  
B. 市场营销中的消费心理现象  
C. 消费心理活动的特殊规律  
D. 消费者购买行为中的心理现象  
E. 消费心理活动的一般规律
22. 消费者意志品质的基本特征包括( ABCD ) 2-58
- A. 自觉性  
B. 自制性  
C. 坚韧性  
D. 果断性  
E. 稳定性
23. 消费者兴趣的特点包括( ABCD ) 3-74/75
- A. 倾向性  
B. 持久性  
C. 差别性  
D. 效果性  
E. 发散性
24. 学习对消费者的影响包括( ACE ) 4-84
- A. 增加商品知识  
B. 丰富购物经验

- C. 提高购物能力  
D. 提高商品鉴别能力  
E. 养成正确的购物观念
25. 针对消费者个性的心理特征的新产品设计策略包括( ABCDE ) 9-222  
A. 效用细分策略  
B. 地位显示策略  
C. 个性标榜策略  
D. 情感寄托策略  
E. 目标追求策略
26. 现代家庭消费的基本特征包括( ACDE ) 7-170  
A. 广泛性  
B. 一致性  
C. 阶段性  
D. 差异性  
E. 相对稳定性
27. 市场经济条件下, 我国居民消费观念和消费方式的变化包括( ACE ) 5-120  
A. 从注重物质消费转向精神消费  
B. 消费模式由个体化向趋同化转变  
C. 从注重现实消费转向长远消费  
D. 生活消费由质的追求转向量的满足  
E. 家务劳动趋向个体化
28. 商标的心理功能包括( BCDE ) 9-229  
A. 保持功能  
B. 识别功能  
C. 记忆功能  
D. 促销功能  
E. 保护功能
29. POP 广告陈列摆放策略应体现( ABC ) 10-270  
A. 整体美  
B. 独特个性  
C. 便利性  
D. 齐全性  
E. 一致性
30. 为满足消费者基本需要的新产品设计策略包括( ABCD ) 9-222  
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. 目标追求策略

### 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)

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

31. 简述影响消费者情感的因素。2-53、54

答:

- (1) 商品本身的影响
- (2) 购物环境的影响
- (3) 消费者的心理准备的影响

32. 简述成功的广告如何引起消费者的注意? 4-95、96

答:

- (1) 增大刺激的强度
- (2) 加大刺激物之间的对比度
- (3) 加大刺激物的感染力
- (4) 力求刺激的新异性, 加强刺激的力度
- (5) 集中、反复地出现某种事物, 增强人的感觉器官的刺激

33. 简述消费者的购买决策过程。5-131

答:

- (1) 确认问题

这是消费者决策过程的初始阶段。消费者意识到已经存在一种潜在需要, 当前的实际状态与期望的状态之间已经存在了差别, 问题已经产生, 如何解决问题便成为消费者决策的第一环节。

- (2) 寻求信息, 寻找解决问题的方案

当消费者认识到需要之后, 就会产生心理紧张状态, 这种紧张状态达到一定的强度, 将会促使消费者从各方面搜集有关信息。

- (3) 方案评估

这是消费者对各种解决问题的方案进行比较评估。

- (4) 作出决策

这是消费者在方案评估的基础上, 确定最满意或者可接受的方案。

- (5) 实施方案

这是消费者经过反复思考比较后, 付诸实施、执行方案的行动过程。

- (6) 信息反馈

这是消费者在使用过程中对商品的评价阶段。消费者将对商品的各属性进行验证, 审查自己所建立的评价标准是否合理。通过购后评价, 消费者可以获得对某种商品及某一品牌的使

自考备考三件宝: 自考笔记、真题及答案、录音课件!

用经验, 这些经验将储存于消费者的记忆之中, 成为一种内部信息源, 影响今后的购买活动。

34. 简述消费流行具有的主要特征。8-195、196

答:

- (1) 时间性。
- (2) 空间性。
- (3) 群体性。
- (4) 变动性。
- (5) 周期性。
- (6) 重复性。

35. 简述货位与顾客通道的构成方式。10-258

答:

- (1) 直线式。
- (2) 斜线式。
- (3) 曲线式。

#### 四、论述题 (本大题共 1 小题, 10 分)

36. 结合实际论述如何根据不同消费水平设计商品包装。9-236-238

答:

(1) 等级包装策略

对于质量、档次不同的同类商品可以相应设计不同质量档次的包装。

(2) 复用包装策略

复用包装即可供消费者反复使用的包装。

(3) 特殊包装策略

对某些特殊商品可以进行包装的专门设计。

(4) 礼品包装

随着人们生活水平的不断提高, 社会交往也日益频繁。为适应消费者参加社会活动和进行人际交往的需要, 可以对商品进行礼品化的包装。

(5) 简易包装策略

这是指包装设计力求结构简单、成本低廉的做法。简易包装是在保持包装基本功能的前提下,

力求经济、便利、合理。

#### (6) 赠品包装策略

在包装物内放有附赠的小礼品即为赠品包装。

### 五、案例分析题 (本大题共 2 小题, 每小题 10 分, 共 20 分)

37. 某汽车公司, 在汽车外观设计时摒弃了标准化、一致化的传统设计理念, 而是采取让消费者自行设计的新颖方式, 并请专业设计师协助完善设计方案, 使其更具时代气息; 在市场定位方面, 不仅兼顾了传统的低端市场, 更在收购国外知名品牌的基础上进军中高端市场; 在营销方面, 采用网络营销与现场营销相结合的方式, 消费者可在网上直接下单购买。

请结合案例分析文明消费心理对购买行为的影响。6-159、160

答:

#### (1) 消费个性化

消费的个性化在现代社会中已成为大势所趋。

#### (2) 消费时尚化

消费时尚化是指消费行为适应时代潮流, 体现新颖趋时, 为多数消费者所认同。消费时尚化作为一种心理现象, 是消费者求新、求美、寻求自我表现的消费意识的集中反映。

#### (3) 消费高档化

消费高档化是社会经济发展的重要标志之一, 也是现实的消费趋向。随着生活水平的提高, 人们的购物价值观念发生了深刻变化, 从侧重追求经济实惠向高档化发展。

#### (4) 消费便利化、效率化

消费的便利化、效率化是适应现代社会高效率、快节奏要求而形成的。

38. 调查表明, 青年人更换手机的频率普遍较高。手机不再仅仅是一种生活必需品, 而是青年人张扬个性的一种手段。与中老年人购物时深思熟虑、千挑万选的消费习惯相反, 青年人更加注重对手机的第一感觉, 注重产品的形象而忽视其质量, 因此买回来几天就可能出现质量问题, 导致弃之不用, 又购买新的手机。

请结合案例分析青年群体的消费特征。7-178

答:

#### (一) 注重科学, 追求时尚。

#### (二) 强调个性与自我表现。

#### (三) 冲动性购买行为较多。

#### (四) 消费欲望强烈。

本档资源由考试真题软件网 (down.examebook.com) 搜集整理二次制作!

(结合案例分析。)

qq593777558  
exambook.com

自考备考三件宝：  
自考笔记、  
真题及答案、  
录音课件！