

全国 2019 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. 从系统的角度对消费心理和行为进行研究,而不是就现象谈现象,这是消费心理学研究原则中的
A. 理论联系实际原则
B. 客观性原则
C. 发展性原则
D. 全面性原则
2. 消费者把通过自己的各种感觉器官获得的商品的个别属性加以联系和综合的反映过程是指消费者对商品的
A. 感觉过程
B. 认识过程
C. 思维过程
D. 情感过程
3. 购物中谨慎、细致、冷静,善于控制自己,不易受广告宣传的干扰,此类消费者的气质类型最可能是
A. 胆汁质
B. 多血质
C. 黏液质
D. 抑郁质
4. 个性心理特征的核心是
A. 气质
B. 性格
C. 能力
D. 兴趣
5. 对商品外在形状、大小、颜色的记忆属于
A. 感觉记忆
B. 形象记忆
C. 短期记忆
D. 情绪记忆

6. 消费者若在街头购买过假货，从而在购买价高商品或食品时愿意去大型商场，这表明消费者通过学习可以
- A. 获取信息
 - B. 积累经验
 - C. 引发联想
 - D. 促进思维
7. 消费者购买行为的心理类型包括习惯型、理智型、经济型等，其划分标准是
- A. 消费者的购买态度与要求
 - B. 消费者的购买目标
 - C. 消费者的购买意向
 - D. 消费者的购买方式
8. 消费需要的发展性首先表现为消费需要的
- A. 多样性
 - B. 层次性
 - C. 周期性
 - D. 伸缩性
9. 消费文化是人类主观世界适应客观环境的
- A. 社会活动的外在表现
 - B. 消费活动的外在表现
 - C. 文化活动的内在表现
 - D. 心理活动的外在表现
10. 人从心理上适应社会环境来实现道德、信念、情感的和谐，即是
- A. 环境优化
 - B. 人与自然的和谐
 - C. 物象文化与心意文化的和谐
 - D. 人际关系的和谐
11. 世代相传而形成的消费习惯是
- A. 消费习俗
 - B. 消费文化
 - C. 消费观念
 - D. 消费心理
12. 对于信贷消费具有较大兴趣的消费者群体是
- A. 老年群体
 - B. 中年群体
 - C. 青年群体
 - D. 少年群体
13. 下列不属于消费习惯的特征是
- A. 稳定性
 - B. 地域性
 - C. 非强制性
 - D. 客观性
14. 经营者研究、分析消费习惯的最终目的是为了对其规律进行
- A. 了解
 - B. 认知
 - C. 把握
 - D. 利用
15. 使消费者对新产品的认知、判断、选择和接受等方面都会产生较大差异的影响因素是
- A. 感知程度
 - B. 需要程度
 - C. 个性特征
 - D. 外界影响
16. 适宜于显示消费者地位的心理定价策略是
- A. 尾数定价
 - B. 渗透定价
 - C. 分级定价
 - D. 声望定价

26. 消费者群体形成的外在因素包括
- A. 生活环境
B. 国家民族
C. 宗教信仰
D. 文化传统
E. 政治背景
27. 决定消费者品牌偏好的本质因素有
- A. 品牌自身的声誉
B. 消费者的经济状况
C. 品牌的社会影响
D. 品牌的文化背景
E. 消费者的个性特征
28. 设计商品包装时应该注意的事项包括
- A. 突出商品形象
B. 强化便利功能
C. 具有艺术魅力
D. 表现时代特色
E. 注意差别化和适度性
29. 关于橱窗灯, 正确的有
- A. 橱窗灯的作用在于使商品展示效果更为突出
B. 灯色间对比度不宜过大
C. 光线的运动、变换速度不宜过快和激烈
D. 应以刺激性较强的色彩为主
E. 选择以远眺为主的光源
30. 营销人员与消费者处于情绪好与积极性高的结合状态时
- A. 买卖双方心情愉快、乐于与人交往
B. 营销人员主动、热情、周到
C. 消费者购买兴致高
D. 大多有购买行为
E. 是最理想的状态

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. 简述不同气质类型的消费者在购物时的行为差异。
32. 简述消费需要的发展性。
33. 简述社会精神环境的构成。
34. 少年儿童群体的消费心理与消费行为的基本特征是什么?
35. 什么是商标? 它有哪些心理功能?
36. 简述使用店外照明与色彩时应注意的问题。

四、论述题: 本大题共 1 小题, 10 分。

37. 论述家庭生命周期对家庭消费的影响。

五、案例分析题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

38. 我国中医药行业某著名的老字号企业，从创建、生存到发展，经历了 300 多年的历史。在我国乃至世界的许多地方，只要稍微了解一点中医药知识的人，大多都知道它的字号。这家企业成功的原因之一，在于它创造了独特的企业精神。该企业利用医学的优势，同时又融入了中国几千年的儒家思想，特别是以“仁”为核心的孔孟之道，形成了济世养生的经营宗旨，在济世养生中创造了商机，在老百姓心目中造就了一座不可磨灭的丰碑。

问题：

(1) 试述该企业的成功体现了什么消费文化心理？

(2) 从消费心理层面看，我国中医药行业的发展可以从中得到什么启示？

39. 1921 年 5 月，当香水创作师恩尼斯·鲍将他发明的多款香水呈现在香奈尔夫人面前让她选择时，香奈尔夫人毫不犹豫地选出了第五款，即现在誉满全球的香奈尔 5 号香水。然而，除了那独特的香味外，真正让香奈尔 5 号香水成为“香水贵族中的贵族”却是那个看起来不像香水瓶，反而像药瓶的创意包装。服装设计师出身的香奈尔夫人设计的香奈尔 5 号香水瓶，以其宝石切割般形态的瓶盖、透明水晶的方形瓶身造型、简单明了的线条，使其成为名副其实的艺术品，成为一股新的美学观念。从此，香奈尔 5 号香水畅销全世界，至今仍长盛不衰。

问题：

结合案例说明商品包装的心理功能。