

2022 年 10 月高等教育自学考试

消费心理学试题

课程代码:00177

1. 请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。
2. 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。

选择题部分

注意事项:

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. 心理现象的两个方面是密切联系的,一个是心理活动过程,另一个是
 - A. 个性心理特征
 - B. 意志过程
 - C. 行为特征
 - D. 思维过程
2. 能够觉察出刺激物的最小差别量的能力称为
 - A. 绝对感觉阈限
 - B. 差别感受性
 - C. 绝对感受性
 - D. 差别感觉阈限
3. 在现实生活中,尽管不同的消费者有特定的思维方式,其行为方式也千差万别,但其基础都是某些共同的
 - A. 心理活动
 - B. 心理过程
 - C. 个性心理
 - D. 个性倾向性
4. 个体随着生活经历的变化而发生不同程度的变化,从而在不同的年龄阶段呈现出不同的个性特征,这是消费者个性的哪一种特征?
 - A. 独特性
 - B. 倾向性
 - C. 可塑性
 - D. 可变性
5. 消费者掌握关于商品的部分知识,但不足以作出购买商品的决定。这类消费者能力的类型属于
 - A. 知识型
 - B. 无知型
 - C. 略知型
 - D. 盲目型



6. 在记忆过程中, 信息的录入和编码属于以下哪个环节?
A. 识记 B. 保持
C. 回忆 D. 认知
7. 相对于行为学习理论, 认知学习理论强调学习是
A. 刺激过程的结果 B. 思考过程的结果
C. 行动过程的结果 D. 模仿过程的结果
8. 精神需要是人所特有的心理需要, 多属于
A. 发展性需要 B. 自然性需要
C. 生理性需要 D. 社会性需要
9. 促使消费者产生重复性购买行为的动机是
A. 惠顾动机 B. 理性动机
C. 情绪动机 D. 情感动机
10. 随着时间的推移和社会的进步, 消费文化也
A. 不断更新 B. 日趋统一
C. 日趋分化 D. 产生差异
11. 与市场经济所需要的开放活跃的消费文化心理相冲突的是
A. 节俭消费文化心理 B. 奢侈消费文化心理
C. 时尚主义消费文化心理 D. 从众消费文化心理
12. 下列消费习俗中最稳定的是
A. 服饰消费习俗 B. 日用消费习俗
C. 喜庆消费习俗 D. 住宿消费习俗
13. 商品特点对消费者群体的影响力主要表现在
A. 品种与品牌方面 B. 公开性与可视性方面
C. 价格方面 D. 耐用性方面
14. 畸形消费实质是一种
A. 超前消费 B. 滞后消费
C. 变态消费 D. 常态消费
15. 下列说法正确的是
A. 感性消费的产生既取决于消费所对应的物质内容, 也取决于不同消费主体的不同感受
B. 感性消费的产生不取决于消费所对应的物质内容, 而取决于不同消费主体的不同感受
C. 感性消费的产生取决于消费所对应的物质内容, 而不取决于不同消费主体的不同感受
D. 感性消费的产生既不取决于消费所对应的物质内容, 也不取决于不同消费主体的不同感受
16. 对于日用商品, 消费者的价格敏感性
A. 高 B. 低
C. 适度 D. 无规律



17. 利用名人为商品命名, 主要有利于发挥商品名称的
A. 认知功能
B. 记忆功能
C. 情感功能
D. 联想功能
18. 经营耐用消费品或特殊商品的大型综合商场宜设置在
A. 社区中心
B. 商业中心
C. 金融中心
D. 交通中心
19. 为了增添店堂的商业气氛, 通过照明, 创造优美、舒适的店堂环境, 使消费者体会到店内气氛的温馨、和谐, 这种照明属于
A. 自然光照明
B. 灯光照明
C. 商品照明
D. 装饰照明
20. 在消费者拒绝购买的态度中, 出于自尊、偏见等社会性心理因素的拒绝是
A. 彻底性拒绝
B. 一般性拒绝
C. 隐蔽性拒绝
D. 公开性拒绝

21. 消费心理学的具体研究方法包括
 - A. 观察法
 - B. 访谈法
 - C. 调查法
 - D. 问卷法
 - E. 量表法
22. 在影响知觉的诸因素中, 反映“饥不择食”的因素有
 - A. 态度
 - B. 期望
 - C. 需要
 - D. 动机
 - E. 经验
23. 多血质消费者的购物行为表现出的心理类型包括
 - A. 想像型
 - B. 不定型
 - C. 冲动型
 - D. 理智型
 - E. 敏感型
24. 消费学习的作用包括
 - A. 积累经验
 - B. 获得信息
 - C. 引发联想
 - D. 促进思维和决策
 - E. 实施购买行为
25. 按需要的对象进行划分, 需要的类型有
 - A. 物质需要
 - B. 生存需要
 - C. 社会需要
 - D. 精神需要
 - E. 生理需要

26. 对消费文化进行分类的常用标准包括
- A. 内容差异
 - B. 消费习俗差异
 - C. 空间差异
 - D. 社会阶层差异
 - E. 社会群体差异
27. 决定消费者群体影响力的因素有
- A. 消费者群体特征
 - B. 消费者个性特征
 - C. 商品的特点
 - D. 信息沟通状况
 - E. 群体的大小
28. 下列选项中属于消费态势的有
- A. 消费流行
 - B. 消费习惯
 - C. 家庭收入
 - D. 感性消费
 - E. 畸形消费
29. 下列选项中属于按照不同消费水平设计包装策略的有
- A. 配套包装
 - B. 等级包装
 - C. 分量包装
 - D. 特殊包装
 - E. 赠品包装
30. 制约商店建筑外观设计的因素有
- A. 经费
 - B. 建筑材料
 - C. 地理位置
 - D. 周围环境
 - E. 建筑面积

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. 根据购买目标的确定程度, 可将消费者的能力分为哪几类?
- 32. 简述消费者记忆环节的相互关系。
- 33. 按照需要的发展规律划分, 需要分为哪几类?
- 34. 简述文明消费心理对购买行为的影响。
- 35. 首要群体和次要群体对消费者有什么影响?
- 36. 什么是消费流行? 其本质是什么?

四、论述题: 本大题共 1 小题, 10 分。

- 37. 举例说明消费需求行为的变化趋势。



五、案例分析题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

38. 美国学者班克斯对芝加哥地区 465 名妇女调查其对七种商品的偏爱商标、购买意图和实际购买的相互关系。结果表明，偏爱商标和购买意图几乎相同，被调查的 465 人中的 96% 在有购买意图的商品中包括她们最喜爱的商标。还有，美国学者佩里曾研究过消费者的购买意图和行为能否根据对商品的态度进行预测的问题。他在对 230 人调查后发现，人们的态度与行为之间存在密切联系，而且对商品的态度与消费者的购买意图有直接的关系。抱有最善意态度的消费者大都怀有明确的购买意图，抱有最恶意态度的消费者完全没有购买意图，而漠不关心的消费者对是否购买则不清楚。

问题：（1）什么是消费者的态度？

（2）结合以上案例分析消费者的态度是如何影响消费者的购买决策和购买行为的。

39. 某公司通过市场调查发现自己所在城市的老齡化趋势日渐显著，留守在城市里的这些老年人多数是在物质和精神生活相对贫乏的五、六十年代度过他们的青春年华，而今，他们基本上都从自己的工作岗位上退了下来，多数人的子女已都外出到大城市谋求发展，很少有子女陪伴在身边。当这些老年人从繁忙的工作和家庭负担中解脱出来之后，他们的内心迸发出强烈的补偿要求，希望更好地度过自己的晚年时光，让自己的晚年生活能过得幸福，充实、绚丽多姿。因此，这座城市的老年人同其他消费群体相比，在生理、心理、经验等方面有着明显的特征：生活用品追求实用，饮食讲究营养可口，生活服务要求便利、细致和多样化等等。

另外，公司调查还发现，老年人经常把逛商场和逛超市当做一种打发时光的消遣活动，尤其是该公司下属的各大超市卖场，每天都有很多老年人来光顾。他们中很多人看起来都是经验十分丰富的消费者，有属于自己的消费评判标准，对于不了解的商品不轻易采用。不过，一旦这些老年消费者对某些商品有了相对固定的认知和情感偏好后，比中青年消费者更容易形成消费习惯，更容易成为这类商品的忠实顾客；而且习惯一旦形成，就较难改变，在很大程度上影响他们以后的购买行为。

问题：（1）通过以上市场调查结果，分析总结老年消费者的消费特点。

（2）根据老年消费者的特征制定相应的促销方案。

