

2023 年 4 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. 影响消费者购买行为的内在因素是
 - A. 社会环境
 - B. 个性心理
 - C. 消费者群体
 - D. 消费态势
2. 消费心理学主要研究
 - A. 生活消费
 - B. 精神消费
 - C. 文化消费
 - D. 物质消费
3. 人对于作用于感官的客观事物整体、全面的反映称为
 - A. 感觉
 - B. 知觉
 - C. 记忆
 - D. 思维
4. 起到内部意识向外部行动转化作用的心理机能是
 - A. 感觉
 - B. 感受
 - C. 情感
 - D. 意志
5. 受外界影响小,善于控制自己的情绪,选择商品细心的消费者,其性格类型属于
 - A. 保守型
 - B. 习惯型
 - C. 理智型
 - D. 情感型
6. 某消费者在购物过程中考虑全面,观察敏锐,但决策时犹豫不决。该消费者的气质类型是
 - A. 多血质
 - B. 胆汁质
 - C. 粘液质
 - D. 抑郁质
7. 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
 - A. 识别功能
 - B. 导向功能
 - C. 价值表现功能
 - D. 自我保护功能



8. 经典性条件反射理论揭示的是
 - A. 学习与记忆之间的关系
 - B. 刺激与反应之间的关系
 - C. 刺激与学习之间的关系
 - D. 学习与认知之间的关系
9. 消费者决策过程的初始阶段是
 - A. 方案评估
 - B. 信息反馈
 - C. 确认问题
 - D. 寻求信息
10. 宗教信仰、价值观、审美意识、伦理道德、文化心理、经验等方面的差异构成的多角度、多层次的内容属于
 - A. 精神消费文化
 - B. 人文消费文化
 - C. 物质消费文化
 - D. 社会消费文化
11. 不再停留在追求基本生活需求阶段,而是凭感觉购物,重视一时兴起的消费文化心理是
 - A. 奢侈消费文化心理
 - B. 节俭消费文化心理
 - C. 小康消费文化心理
 - D. 享受消费文化心理
12. 汽车、摩托车、高档服装、珠宝首饰等,这类产品价格昂贵,具有较强的公开性与可视性,这类商品属于
 - A. 隐蔽性耐用品
 - B. 公开性必需品
 - C. 公开性耐用品
 - D. 隐蔽性必需品
13. 商品对消费群体影响力的影响主要表现为商品品牌和商品的
 - A. 数量
 - B. 品种
 - C. 质量
 - D. 功能
14. 下列消费行为不属于畸形消费的是
 - A. 抢购消费
 - B. 文化消费
 - C. 癖好消费
 - D. 排斥消费
15. 用于个人消费和储蓄的个人收入称为
 - A. 可支配的个人收入
 - B. 可随意支配的个人收入
 - C. 非商业开支对应的收入
 - D. 个人所缴税款对应的收入
16. 洗衣机、电风扇、空调、对讲机、笔记本、太阳镜等,采用的命名策略主要是依据
 - A. 主要效用
 - B. 主要成分
 - C. 制作工艺
 - D. 商品外形
17. 降价的目的是
 - A. 扩大生产
 - B. 提高质量
 - C. 扩大销售
 - D. 满足需求
18. 店门、招牌和橱窗的造型、色彩和特色的组合设计称为
 - A. 广告设计
 - B. 环境设计
 - C. 建筑设计
 - D. 店面设计
19. 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
 - A. 商品照明
 - B. 基本照明
 - C. 装饰照明
 - D. 橱窗照明
20. 广告传播范围与影响力的关系为
 - A. 正比关系
 - B. 反比关系
 - C. 相等关系
 - D. 没有关系

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. 影响消费心理的商品因素包括
- A. 市场机制
 - B. 产品创新
 - C. 商品品牌
 - D. 商品包装
 - E. 商品价格
22. 影响消费者知觉选择性的因素包括
- A. 知觉的防御性
 - B. 选择敏感功能
 - C. 知觉的组织性
 - D. 知觉的客观性
 - E. 感觉的负荷功能
23. 以下属于心理过程动力性的有
- A. 情绪的强弱
 - B. 知觉的敏锐性
 - C. 意志的持久性
 - D. 知觉的整体性
 - E. 言语的速度
24. 以下属于消费者学习过程的有
- A. 了解商品的基本特征与功能
 - B. 分析并且比较同类商品
 - C. 购买行为
 - D. 购买需要
 - E. 情绪
25. 影响和制约社会性购买动机的主要因素包括
- A. 社会文化
 - B. 社会风俗
 - C. 社会阶层
 - D. 社会群体
 - E. 社会服务
26. 影响职业产生的因素包括
- A. 劳动分工
 - B. 政治因素
 - C. 经济因素
 - D. 市场活动
 - E. 社会心理
27. 少年儿童群体的消费心理与行为的基本特征有
- A. 从生理需求向社会需求的过渡期
 - B. 独立消费意识逐渐成熟
 - C. 所受影响日趋广泛
 - D. 群体意识逐渐形成
 - E. 冲动性购物，兴趣易转移
28. 从众现象在消费行为中是
- A. 很少见的
 - B. 很常见的
 - C. 很普通的
 - D. 群体压力的产物
 - E. 无助的最终表现
29. 为有效地引导感性消费，企业应
- A. 采用科学方法
 - B. 制定合理目标
 - C. 采用正确策略
 - D. 进行有效的感觉刺激
 - E. 跟着消费者的感觉走



30. 顾客通道方式可分为

- A. 直线式
- C. 曲线式
- E. 陈列式

- B. 斜线式
- D. 岛屿式

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. 简述结构式访谈及其优缺点。
- 32. 消费者在购买行为中对商品的哪些属性相对比较敏感?
- 33. 简述消费者个性的基本特征。
- 34. 简述消费者惠顾动机对消费行为的影响。
- 35. 简述社会环境对消费文化的影响。
- 36. 简述适应消费需求发展变化的新产品设计策略。

四、论述题:本大题共 1 小题,10 分。

- 37. 试述如何分析消费流行的外在表现。

五、案例分析题:本大题共 2 小题,每小题 10 分,共 20 分。

- 38. 某出版公司有一批很有价值的环保书籍滞销压库。一位新上任的市场部经理想出一个办法:某国总统特别关注环保,而且该总统具有世界影响力,于是给该总统寄送了一个翻译本并征求意见。据说该总统看后回应“此书不错”。于是销售人员大做广告:“现有某国总统喜爱的环保著作出售”。不出三天,该书被抢购一空。

问题:根据该书的销售经验,请你谈谈消费者购买态度的形成过程中受哪些主、客观因素的影响。

- 39. 为保证学生饮食卫生,某中学要求所有在校住宿生必须购买学校提供的早餐,然而,因学校提供的早餐品种单一,价格过高,导致有不少学生拒绝购买。这些学生称,为了让他们购买,有的老师放话说如果不买就要在班上受批评,但此说法却遭到校方的否定。

问题:结合案例分析学生拒绝购买早餐的类型和原因。

