

2024 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. 在认识的基础上,个体对客观事物产生的独特体验或态度称为
 - A. 情感
 - B. 气质
 - C. 意志
 - D. 性格
2. 按引起感觉的刺激物与感觉器官有无直接接触,可以将外感受感觉分为距离感受作用 and
 - A. 平衡觉
 - B. 接触感受作用
 - C. 内部感受作用
 - D. 听觉
3. 兴趣对一个人活动所产生的实际效果或效能的大小是指兴趣的
 - A. 倾向性
 - B. 持久性
 - C. 广阔性
 - D. 效果性
4. 能力是人们顺利完成某种行为的
 - A. 无关条件
 - B. 客观条件
 - C. 主观条件
 - D. 附加条件
5. 消费者的态度并不是与生俱有的,而是在后天的环境中形成的,这表明态度具有
 - A. 对象性
 - B. 习得性
 - C. 调整性
 - D. 差异性
6. 绚丽的包装物色彩,别出心裁的巨型广告,造型奇特的商品比较容易引起消费者的
 - A. 外部注意
 - B. 内部注意
 - C. 无意注意
 - D. 有意注意



7. 消费者为满足自身需要, 在购买动机的驱使下, 寻找、购买、使用和评价商品的活动称为
 - A. 休闲行为
 - B. 娱乐行为
 - C. 购买行为
 - D. 消费行为
 8. 决定人们的消费水平和消费结构的是
 - A. 社会发展水平
 - B. 个人收入水平
 - C. 家庭经济状况
 - D. 群体消费水平
 9. 文化与人及社会群体的态度的融合是
 - A. 社会互动
 - B. 社会环境
 - C. 社会过程
 - D. 社会文化
 10. 纺织、食品、服装、制瓷、工艺美术、医药等轻型工业生产构成的工业生产环境属于
 - A. 社会物质环境
 - B. 社会文化环境
 - C. 社会制度环境
 - D. 社会体制环境
 11. 某些消费者表现在消费心理上也希望别人对自己的支付能力、审美、挑选能力给予高度赞赏与尊重, 显示出其购物的经济实力与鉴赏能力都远远超过他人, 这种需要属于
 - A. 时髦心理需要
 - B. 求名心理需要
 - C. 偏好心理需要
 - D. 优越心理需要
 12. 消极沟通的结果是使已经形成或正在形成的规范被群体成员
 - A. 拒绝
 - B. 接纳
 - C. 忽视
 - D. 推荐
 13. 商品对群体影响力的影响主要表现在两个方面, 即商品品种和
 - A. 商品质量
 - B. 商品包装
 - C. 商品品牌
 - D. 商品数量
 14. 随着社会的进步, 人们的消费趋势越来越具有
 - A. 整体化
 - B. 细分化
 - C. 大众化
 - D. 小众化
 15. 不管是哪一类消费的倾向或趋势, 它从产生到消亡都要经过一个大体相似的过程, 表明消费流行具有
 - A. 周期性
 - B. 空间性
 - C. 时间性
 - D. 变动性
 16. 由消费者对商品的认知和理解形成的商品功能是
 - A. 实用功能
 - B. 价值功能
 - C. 心理功能
 - D. 消费功能
- 

25. 下列选项中, 属于社会性需要的有
- A. 劳动的需要
 - B. 成就的需要
 - C. 交往的需要
 - D. 住房的需要
 - E. 归属的需要
26. 文明消费心理对购买行为的影响主要包括
- A. 消费个性化
 - B. 消费时尚化
 - C. 消费高档化
 - D. 消费便利化
 - E. 消费效率化
27. 青年群体的消费心理与行为的主要特征有
- A. 消费欲望强烈
 - B. 消费行为的理智性
 - C. 冲动性购买行为较多
 - D. 消费行为的计划性
 - E. 强调个性与自我表现
28. 消费流行的时间
- A. 一定很短
 - B. 一定很长
 - C. 长短不一
 - D. 可能较长
 - E. 可能较短
29. 下列产品中, 可以寄托消费者某种情感的产品有
- A. 装饰品
 - B. 工艺品
 - C. 钢笔
 - D. 内衣
 - E. 书籍
30. 货柜商品摆放的基本原则包括
- A. 整齐
 - B. 美观
 - C. 齐全
 - D. 丰满
 - E. 醒目

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. 简述研究消费者购买兴趣的意义。
32. 简述消费者记忆的心理过程。
33. 简述消费需要的多样性。
34. 什么是社会行为? 影响消费者社会行为的因素有哪些?
35. 消费流行具有哪些特征?
36. 针对影响消费者购买新产品的主要因素, 企业生产与营销新产品时应注意



四、论述题：本大题共 1 小题，10 分。

37. 结合实际论述如何根据不同消费水平设计商品包装。

五、案例分析题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

38. 20 世纪 90 年代初，在方便面的广告大战中，“康师傅”方便面以“好吃看得见”一语深入人心。“统一”牌方便面知难而进，以古喻今，广告画面上出现一位古代戎装勇士，威风凛凛地喊出“统一面”，给人以热烈的情绪感染，取得了初步成绩。这种宣传持续了一段时间以后，企业又推出了与前一广告格调不同的画面：一男一女像拉家常一样，娓娓道出各自喜欢“统一面”的理由，不知不觉中缩短了与消费者的距离。

问题：请分析“统一”牌方便面是如何成功地利用广告引起消费者注意的。

39. 一位女性在手机市场购买了 A 品牌手机，当问及购买原因时，她谈到：首先，她在网上查阅了很多资料，发现只有该品牌是专业做女性手机的；其次，该品牌独特之处在于满足了女性的安全需要。当面临危急情况而又不能拨打电话时，可以按下手机上专门设计的键，实现“一键求救、自动定位”的功能；再次，该品牌选择了一位美丽优雅的当红女星作为品牌代言人，使女性消费者相信这一品牌；最后，在决策之前，她已与朋友们进行了广泛讨论，经过深入分析后才决定购买。

问题：（1）根据消费者购买手机的行为，该消费者的购买行为和心理属于哪种类型？该类型有何特点？

（2）根据马斯洛的需要层次理论，A 品牌手机主要满足了该消费者的何种需要？

