

2025 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. 消费心理学研究的主体是
 - A. 商品或服务的需求者
 - B. 商品或服务的使用者
 - C. 商品或服务的提供者
 - D. 商品或服务的直接购买者
2. 1879 年在德国莱比锡大学成立世界上第一个心理实验室,使心理学成为一门独立学科的心理学家是
 - A. 马斯洛
 - B. 冯特
 - C. 洛杰斯
 - D. 斯金纳
3. 消费者善于以充沛的精力克服困难来完成各种既定的复杂任务的品质称为意志的
 - A. 自觉性
 - B. 果断性
 - C. 自制性
 - D. 坚韧性
4. 人们根据审美的需要,对自然、社会生活和它们在艺术上的反映进行评价时产生的情感体验称为
 - A. 道德感
 - B. 理智感
 - C. 美感
 - D. 幸福感



5. 个性心理表现为安静、稳重，动作迟缓，沉默寡言，善于克制忍耐，情绪不外露，做事慎重但不够灵活的人其气质类型最可能为
A. 黏液质
B. 胆汁质
C. 抑郁质
D. 多血质
6. 消费者的学习是通过反复经验所产生的消费行为或潜能的持久变化，是一种
A. “外加工”机制
B. “内加工”机制
C. “浅加工”机制
D. “深加工”机制
7. 需要层次论的提出者是心理学家
A. 斯金纳
B. 弗洛伊德
C. 皮亚杰
D. 马斯洛
8. 满足人们生理需要的产品多以季节消费为主，这表明消费行为具有
A. 偶然性特征
B. 时间特征
C. 相关性特征
D. 周期性特征
9. 通信设施、交通设施的质量及便利程度属于
A. 社会文化环境
B. 社会制度环境
C. 社会物质环境
D. 社会体制环境
10. 社会的法律、典章、制度及社会行为规范等环境属于
A. 社会体制环境
B. 社会物质环境
C. 社会准则环境
D. 社会文化环境
11. 成员之间并没有现实的联系，也没有任何的组织形式，只是具有统计意义或研究意义的群体称为
A. 假设群体
B. 临时群体
C. 长期群体
D. 实际群体
12. 一般家庭生命周期研究中的满巢中期和满巢后期是指
A. 青年单身时期
B. 新婚时期
C. 育幼时期
D. 子女成长时期
13. 只要促使习惯产生的客观条件未发生巨大变更，消费习惯就不会轻易改变，说明消费习惯具有
A. 地域性
B. 非强制性
C. 稳定性
D. 时间性
14. 消费流行作为特定的社会心理现象，具有
A. 主观性
B. 冲动性
C. 客观性
D. 特殊性

24. 态度的情感成分是
- A. 态度的评价成分
 - B. 态度的核心
 - C. 消费者态度的动力
 - D. 决定消费者态度的持久性
 - E. 决定消费者态度的强度
25. 关于消费者的需要，下列说法正确的有
- A. 人对某种需要越强烈，人的行为动力越强大
 - B. 需要能够激发人的主观能动性
 - C. 消费需要不是消费行为的决定性因素
 - D. 人类为了生存和发展，会产生各种各样的需要
 - E. 需要的社会性经常居于主导地位
26. 以下属于社会物质环境的有
- A. 农业生产环境
 - B. 工业安全环境
 - C. 居住环境
 - D. 饮食环境
 - E. 安全环境
27. 以成文形式表现的消费者群体规范包括
- A. 法律法规
 - B. 消费习惯
 - C. 规章制度
 - D. 消费习俗
 - E. 消费文化
28. 关于消费流行，正确的说法包括
- A. 是主观臆断的产物
 - B. 本质在于其标准的客观性
 - C. 是消费者心理追求的反映
 - D. 是由一定社会文化衍生出来的
 - E. 没有获得社会认可
29. 商品价格的心理功能包括
- A. 衡量尺度的功能
 - B. 自我比拟的功能
 - C. 促进销售的功能
 - D. 便于识别的功能
 - E. 调节需求的功能
30. 招牌的功能主要在于
- A. 引导与方便消费者
 - B. 反映经营特色与服务传统
 - C. 引起消费者兴趣
 - D. 强化记忆，易于传播
 - E. 提高营业额



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. 简述消费者按购买方式划分的性格类型。
32. 简述学习对消费者购买行为的作用。
33. 简述消费需求行为的变化趋势。
34. 简述社会精神环境的构成。
35. 简述少年儿童群体的消费心理与行为的基本特征。
36. 简述消费流行的成长期阶段的特点。

四、论述题：本大题共 1 小题，10 分。

37. 论述记忆对消费者行为的影响。

五、案例分析题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。

38. 心理学家温克特桑（M.Venkatesen）曾经做过一项实验研究，在实验中要求被试从 A、B、C 三种不同款式的西服中，选出最好的西服。先给他们两分钟的时间逐个验看，然后要求他们做出决定。实验分三种情况进行：（1）在控制条件下，被试分别做出评价，因而不受群体的影响。（2）在从众条件下，三名假被试异口同声地说“B 西服最好”，最后让真被试做出评价。（3）在诱导条件下，使用群体压力的方法与从众条件相同，只是假被试的反应模式不同，第二个假被试在第一个假被试挑选了 B 之后说：“三套西服有没有不同，我不能确定，我想没有什么不同，既然你选 B，我也跟你一样，也选 B 吧。”第三个假被试随后说：“你们都选了 B，我还挑不出来，就和你们一样，也选 B 吧。”最后再让真被试选择。结果表明，在从众条件下，多数真被试表现出了从众，采取了与群体一致的行为，即选择了 B。在诱导条件下，真被试虽也有从众现象，但比率远比从众条件下的要低，这说明真被试有抵制群体压力的倾向。事实上，个体在不是明显地受到压力被迫从众的情况下，更有可能从众。

问题：结合以上案例说明消费心理学研究中实验法的特点、分类和各自的优缺点。

39. 橱窗的设计布置是许多著名的大商店非常重视的一件大事，特别是珠宝商家。美国最有名的珠宝公司“蒂菲尼”坐落在纽约第五大道最繁华的路段，大门外两侧墙壁的面积足足有 12 幅宽银幕大，而它的橱窗却仅仅只有一个手提公文箱那么小，里面只摆了一件首饰。毫无疑问，墙壁与橱窗颜色的对比、情调、比例及格局，都是经过艺术家精心设计的。一种神秘感油然而生，过往行人都要驻足探秘。距此名店不远处还有一家“劳伦泰勒”的高档珠宝礼品店，更是争奇斗艳，它的橱窗



年的圣诞节前一个多月就蒙上了彩布，艺术家按其一年一度的设计方案，在里面精心布置，当圣诞节购物高潮开始时，在乐队的伴奏下，在摄影师镁光灯的闪烁中，在翘首期盼的观众的欢呼声里，橱窗帷幕徐徐拉开向人们展示，瞬间产生的轰动效果是令人惊奇的，记者们争相报道这一橱窗的艺术丰姿。这种充满精心设计、创意独特的橱窗，营造了一种令人感觉到高档、雅致的营销环境和购物氛围，并且已经无形之中吸引了广大消费者的注意，起到了最好的广告效果。

问题：结合这则案例，谈谈橱窗设计的基本原则和设计风格对消费者产生的心理效应。

