

# 消费心理学

(课程代码 00177)

## 注意事项:

1. 本试卷分为两部分, 第一部分为选择题, 第二部分为非选择题。
2. 应考者必须按试题顺序在答题卡(纸)指定位置上作答, 答在试卷上无效。
3. 涂写部分、画图部分必须使用2B铅笔, 书写部分必须使用黑色字迹签字笔。

## 第一部分 选择题

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. 消费心理学与普通心理学的关系是  
A. 消费心理学包含普通心理学  
B. 普通心理学不包含消费心理学  
C. 消费心理学是普通心理学在市场营销活动中的运用  
D. 普通心理学是消费心理学的理论总结
2. 中国消费者喜欢将红色作为喜庆、热烈的色彩, 而欧美消费者则把白色作为纯洁、神圣的象征, 这种现象体现的是  
A. 美感  
B. 理智感  
C. 道德感  
D. 时尚感
3. 认识过程、情感过程和意志过程相互联系、相互促进, 从而构成消费者的  
A. 感觉过程  
B. 思维过程  
C. 知觉过程  
D. 一般心理活动过程
4. “人心之不同, 各如其面”, 这表明个性具有  
A. 独特性  
B. 可塑性  
C. 倾向性  
D. 稳定性
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。这类消费者的能力类型属于  
A. 知识型  
B. 无知型  
C. 略知型  
D. 盲目型
6. 在一个商场内, 顾客在一定时间里购物满一定的金额便可以成为该商场的会员, 享有一定程度的打折优惠或得到该商场的一份礼品, 这属于  
A. 固定间隔的强化  
B. 变动间隔的强化  
C. 固定比率的强化  
D. 变动比率的强化

7. 消费者看到他人执行某种行为并受到奖励后也执行相同行为, 这种学习属于  
A. 主动学习  
B. 外显学习  
C. 观察学习  
D. 内隐学习
8. 购买了西服, 还要购买领带、衬衫、皮鞋, 这表明人们的消费具有  
A. 时间特征  
B. 相关性特征  
C. 周期性特征  
D. 偶然性特征
9. 人类为了维持、延续和发展生命所必需的衣、食、住、行、性等方面的需要属于  
A. 后天需要  
B. 心理需要  
C. 发展需要  
D. 生理需要
10. 表现得最为稳定, 构成了左右人们消费行为的最核心内容是  
A. 表层消费文化心理  
B. 浅层消费文化心理  
C. 深层消费文化心理  
D. 娱乐消费文化心理
11. 购买力最强、最活跃的消费阶层是  
A. 上上层  
B. 上下层  
C. 中上层  
D. 中下层
12. 按照性别、年龄等划分的群体是  
A. 假设群体  
B. 长期群体  
C. 临时群体  
D. 实际群体
13. 价格敏感性较强的消费群体是  
A. 少年儿童群体  
B. 青年群体  
C. 中年群体  
D. 老年群体
14. 对于经营者而言, 消费习惯是可以  
A. 生产的  
B. 发展的  
C. 制造的  
D. 引导的
15. 初期阶段的消费流行处于  
A. 扩张地位  
B. 切入地位  
C. 多元化地位  
D. 不确定地位
16. 针对不同消费者对同类产品的各自不同需要设计差异化的产品, 以突出产品各自不同的效用, 满足差异化的需求。这种设计策略是  
A. 地位显示策略  
B. 效用细分策略  
C. 目标追求策略  
D. 个性标榜策略
17. 特殊包装策略主要为迎合消费者的  
A. 求实心理  
B. 认知心理  
C. 求美心理  
D. 炫耀心理
18. 消费者购买前一般已经经过反复比较和仔细斟酌, 有既定的目标, 商品价值较高, 挑选性很强的商品是  
A. 日常生活必需品  
B. 耐用消费品  
C. 需定期购买的商品  
D. 特殊商品

19. POP 广告在宣传活动中的首要作用是
- A. 认识功能                      B. 感情功能  
C. 诱导功能                      D. 美育功能
20. 广告的实质是
- A. 传递信息  
B. 扩大商品销售  
C. 对消费者思想、情感、观念、行为产生影响  
D. 树立企业形象
- 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. 人的认识、情感和意志在以下哪些方面不同组合构成个体的气质特征和性格特征？
- A. 强弱程度                      B. 灵敏程度  
C. 激活程度                      D. 延续程度  
E. 坚韧程度
22. 心理活动的意志过程具有的特征有
- A. 主观性                          B. 客观性  
C. 目的性                          D. 选择性  
E. 行动性
23. 消费者消费兴趣的特点包括
- A. 倾向性                          B. 持久性  
C. 差别性                          D. 周期性  
E. 广泛性
24. 对消费者的学习可以理解为
- A. 通过反复经验使消费行为或潜能产生持久变化  
B. 不断从市场上学习，从而使消费行为变化有持久性  
C. 学习导致行为变化  
D. 学习是行为的结果  
E. 学习是一种操作过程
25. 消费者的购买频率主要取决于
- A. 收入水平                      B. 受教育程度  
C. 职业                              D. 家庭结构  
E. 消费量
26. 个体受群体行为规范影响产生的心理活动有
- A. 群体舆论                      B. 模仿心理  
C. 从众心理                      D. 循环刺激心理  
E. 同化作用与心理认同
27. 以不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. 以下不属于消费流行的特征有
- A. 重复性                          B. 规律性  
C. 群体性                          D. 稳定性  
E. 确定性
29. 依产品产地命名的商品有
- A. 龙井茶                          B. 茅台酒  
C. 青岛啤酒                      D. 云南白药  
E. 蜂王浆
30. 商店店名设计主要遵循的原则包括
- A. 易读、易记                      B. 简洁  
C. 有层次、有气魄                  D. 有一定寓意  
E. 独特、新颖

## 第二部分 非选择题

- 三、简答题：本大题共 6 小题，每小题 5 分，共 30 分。
31. 简述消费者个性心理特征的构成。
32. 简述经典性条件反射理论在消费心理学中的应用。
33. 简述心理性购买动机的类型。
34. 简述引起和影响消费者社会行为的因素。
35. 如何对消费者群体进行分类？
36. 什么是消费态势？它包括哪些内容？
- 四、论述题：本大题共 1 小题，10 分。
37. 论述消费文化心理的发展过程。
- 五、案例分析题：本大题共 2 小题，每小题 10 分，共 20 分。
38. 某中医院除了给每位就诊患者开出必要的药物处方外，还要开出一张“无药处方”。比如说，一位医生给一位老年患者的“无药处方”上写着：多吃蔬菜、水果；食用低盐、低脂、低糖食品；按时服药、测量血压；多活动、科学运动……。这种医疗服务不仅受到该患者及家属的好评，而且此种医疗服务也深受患者的欢迎。
- 问题：请分析这种“双处方”的医疗服务为什么会受到患者的欢迎？
39. 某汽车公司，在汽车外观设计时摒弃了标准化、一致化的传统设计理念，而是采取让消费者自行设计的新颖方式，并请专业设计师协助完善设计方案，使其更具个性和时代气息；在市场定位方面，不仅兼顾了传统的低端市场，更在收购国外知名品牌的基础上进军中高端市场；在营销方面，采用网络营销与现场营销相结合的方式，消费者可在网上直接下单购买。
- 问题：请结合案例分析文明消费心理对购买行为的影响。