

广州城建职业学院 2016 至 2017 学年第 二 学期

《消费心理学》、《营销心理学》试卷 (B)

适用专业: 15 营策、市营 考试时间: 100 分钟 考试形式: 闭卷 共 4 页

题号	一	二	三	四	五	总分
得分						
评卷人						

得分	一、单项选择题 (每小题 2 分, 共 20 分)

- 消费心理学的研究对象主要是 ()
A. 生产消费 B. 生活消费 C. 社会消费 D. 文化消费
- 消费者对商品的外在形状、大小和颜色的记忆类型是 ()
A. 情绪记忆 B. 形象记忆 C. 感觉记忆 D. 短时记忆
- 工商企业在新产品上市前的广告宣传, 可以使消费者在购物前形成 ()
A. 心理准备 B. 购买习惯 C. 消费习惯 D. 购买方式
- 某些消费者购物时追求名牌, 忠实于著名商标的商品, 这样的消费心理是 ()
A. 时髦心理 B. 优越心理 C. 偏好心理 D. 求名心理
- 购买动机是一种心理状态, 外人无法直接了解, 只能从消费者的行为中推断, 这是因为购买动机具有 ()
A. 原生性 B. 隐藏性 C. 周期性 D. 履约性
- 某消费者看到许多旅游广告, 并且他的朋友都出去旅游了, 于是他把旅游作为自己的最迫切的消费期望。这表明消费期望 ()
A. 表现一定的期望概率 B. 表现个人的气质和性格
C. 表现一定的行为动力 D. 具有一定的可诱导性
- 商店外观设计的基本目的是 ()
A. 宣传促销商品 B. 表达企业经营观念
C. 促使顾客产生进店的欲望 D. 显示企业经营特色
- 有助于诱发消费者情感动机的包装心理功能是 ()
A. 指示 B. 便利 C. 美化 D. 表现
- 洗衣机从半自动发展为全自动, 满足了消费者对产品 () 的需求。
A. 使用舒适 B. 操作便利 C. 符合审美情趣 D. 表现个性
- 从年龄层次上看, 时尚消费心理较强的群体是 ()
A. 老年 B. 中年 C. 青年 D. 少年儿童

得分	二、名词解释 (每小题 5 分, 共 20 分。)

- 消费需求:

- 消费者群体:

- 态度:

- 购买决策内容:

得分	三、简答题 (每小题 8 分, 共 32 分)

- 简述影响消费者记忆的客观因素。
- 消费者在购买过程中有哪些具体的购买动机?
- 谈谈包装的心理作用。
- 简述消费者消费风险的规避方法。

学号

班级

系别

姓名

审核人

命题人

得分	四、论述题（每小题12分，共12分）

试论述消费者购买决策过程，并用具体的例子加以说明。

得分	五、案例分析题（每小题16分，共16分）

我国目前的著名商标中有些是从原来失败的商标修改后获得成功的。比如，领带产品的名牌“金利来”最初的设计是“金狮”，但“金狮”领带销售状况不佳。后来改为“金利来”，产品销售大为改观。又比如，手表的名牌“海鸥”，原来的设计是“海燕”，用此商标在香港地区销售，购买者极少，调研后改为“海鸥”牌，销路立即打开。

问题：试从消费心理层面对上述现象进行解释。