

# 消费心理学

## 形成性考核册

学校名称：\_\_\_\_深圳开放大学\_\_\_\_

教 学 点：\_\_\_\_岭东培训中心\_\_\_\_

学生姓名：\_\_\_\_\_

学生学号：\_\_\_\_\_

教师评分：\_\_\_\_\_

教师签名：\_\_\_\_\_

## 《消费心理学》形考任务

### 一、单项选择题（1\*15=15）

1. 购买动机模式为：（ ）

- A. 需要 → 购买行为 → 购买动机 → 获得满足 → 新的需要，循环往复；
- B. 需要 → 购买动机 → 购买行为 → 获得满足 → 新的需要，循环往复；
- C. 购买动机 → 需要 → 购买行为 → 获得满足 → 新的需要，循环往复；
- D. 需要 → 购买动机 → 获得满足 → 购买行为 → 新的需要，循环往复。

2. 青年消费者的购买心理特征不包括（ ）

- A. 追求时尚，表现时代；追求个性，表现自我；
- B. 追求实用，表现成熟；
- C. 追求廉价，注重实惠；
- D. 注重情感，容易冲动。

3. 市场销售过程中定价的心理策略不包括（ ）

- A. 非整数定价 B. 声望定价策略 C. 折让价格策略 D. 渗透定价策略

4. 消费者购买行为程序过程包括五个五阶段，下列顺序正确的是：（ ）

- A. 搜集信息阶段 → 认识需要阶段 → 分析评价阶段 → 决定购买阶段 → 购后感受阶段
- B. 认识需要阶段 → 搜集信息阶段 → 分析评价阶段 → 决定购买阶段 → 购后感受阶段
- C. 认识需要阶段 → 搜集信息阶段 → 决定购买阶段 → 分析评价阶段 → 购后感受阶段
- D. 认识需要阶段 → 分析评价阶段 → 搜集信息阶段 → 决定购买阶段 → 购后感受阶段

5. 购买决策的内容不包括（ ）

- A. 购买原因决策、购买目标决策
- B. 购买方式决策、购买地点决策
- C. 购买决心决策、购买地位决策
- D. 购买时间决策、购买频率决策

6. 感觉具有一定的规律性，下面各项不是一般规律选项的是（ ）

- A 适宜刺激 B 感受性 C 适应 D 争取

7. 运用诱导进行促销时，转化性诱导式一种重要的类型，下列不属于转化性诱导的是（ ）

- A 先肯定再陈述 B 询问法 C 建议法 D 拖延法

8. 影响消费者行为的心理因素包括心理过程和个性心理两个方面，下面不是心理过程的是（ ）

- A 认识 B 信仰 C 记忆 D 联想

9. 消费时尚的流行容易引起消费心理的变化，下列各因素不是由时尚引起心理变化的是（ ）

- A 认知态度变化 B 驱动力变化 C 偏好受到冲击 D 价格敏感性增强

10. 品牌标志的实际一般要满足市场要求和消费心理的基本要求，下列不是品牌标志设计标准的是（ ）

- A 突出特色 B 图形简单 C 具有世界冲击力 D 多变性

11. 知觉的特性之一是 ( )

A. 客观性 B. 间接性 C. 主观性 D. 整体性

12. 联想在市场营销中的应用不能实现以下哪个功能 ( )

A. 提高广告效果 B. 树立品牌形象 C. 引导需求, 夸大市场销售 D. 提高企业形象

13. 动机的作用不会表现为 ( )

A. 始发作用 B. 导向作用 C. 维持作用 D. 理解作用

14. 马斯洛的层次需求理论不包括以下哪些层次 ( )

A. 自我实现需要 B. 生活需要 C. 社交需要 D. 安全需要

15. 按消费者在购买现场的感情反应分类不包括那种类型 ( )

A. 沉静型 B. 温顺型 C. 活泼型 D. 无理型

## 二、多项选择题(2\*5=10)

16. 按消费者介入程度和所购买商品的品牌差异程度分类 ( )

A. 简单型 B. 多变型 C. 和谐型 D. 复杂型 E. 变动型

17. 按时尚商品的性质将消费时尚可以分为 ( )

A. 吃的商品引起的消费时尚 B. 用的商品引起的消费时尚

C. 穿的商品引起的消费时尚 D. 世界性的消费时尚

E. 阶层性的消费时尚

18. 消费者对新产品的心里欲求包括哪些 ( )

A. 时代流行与象征意义 B. 舒适、安全 C. 方便、协调 D. 审美情趣 E. 个性创造

19. 运用想象的表现形式主要有 ( )

A. 比喻 B. 寓意 C. 比附 D. 拟人 E. 夸张

20. 营销推广的特点是 ( )

A. 迅速的信息刺激 B. 强烈的诱导性 C. 信任程度高 D. 消除怀疑心理

E. 明显的针对性

## 三、填空题(每空 1 分, 1\*10=10)

21. 消费心理学的研究方法包括观察法、实验法和\_\_\_\_\_。

22. 有意想象可以分为两类分别是再造想象和\_\_\_\_\_。

23. 购买动机的类型可以分为两类, 分别是\_\_\_\_\_和心理性购买动机。

24. 消费者购买行为模式中的 SOR 模式中, S 代表刺激, O 代表个体生理和心理特征, R 代表\_\_\_\_\_。

25. 消费习俗一般具有四个特点, 分别是长期性、社会性、\_\_\_\_\_和非强制性。

26. 从市场营销角度分析, 对新产品扩散起作用较大的信息传播渠道是消费者口头传播、亲自观察和\_\_\_\_\_。

27. 报纸广告的主要特征包括消息性、准确性、\_\_\_\_\_和信赖性。

28. 促销形式主要包括人员推销、广告、\_\_\_\_\_和宣传等。

29. 决策按时间和重要程度来划分可以分为长期决策、短期决策和\_\_\_\_\_。

30、广告的表现策略很多，其中一个重要的就是对比性广告，对于对比性广告按其内容划分主要有功效对比、品质对比和\_\_\_\_\_。

三、名词解释 (3\*5=15)

31、气质

32、消费者行为

33、无意注意

34、边际效用

35、想象

四、简答题 (6\*5=30)

36、简述儿童用品市场营销的心理策略

37、简述依据营业员气质类型对营业员表现的分类？

38、简述老年消费者的消费特点。

39、简述包装设计的心理策略。

40、简述产品促销手段中的宣传的特点

五、论述题（10\*2=20）

41、论述消费者购买动机的主要理论观点

42、论述新产品定价的心理策略