

项目2

1. 单选题

(1) C。解析:影响消费行为的主要因素是消费心理。

(2) A。解析:感知形象记忆是指人们对过去经验中的形象、形状、颜色等感知信息的记忆。在这个例子中,某人能够回忆起苏宁电器大楼的形象,是对过去感知到的信息的一种再现,因此属于感知形象记忆。

(3) A。解析:消费者行为的复杂性,一方面可以通过其多样性、多变性表现出来;另一方面也表现在其受很多内部因素的影响。

(4) A。解析:青年群体的特点是热忱豪放、思想活跃、富于想象、喜爱冒险,这些特点反映在消费心理上,就是追求时兴和奇异,喜爱购置一些新的产品,试一试新的生活。

(5) D。解析:当人们长期处于充满兰花香气的环境中时,他们会逐渐不再察觉到香味。这种现象在心理学中被称为感觉适应。

(6) A。解析:知觉选择是指在感知过程中,个体根据自身的需求和目标,从众多的感觉信息中选择出有用的信息进行加工和处理的过程。

(7) A。解析:形象记忆通常以表象形式存在,所以又称表象记忆。它是直接对客观事物的形状、大小、体积、颜色、声音等具体形象和外貌的记忆,直观形象性是其显著的特点。

(8) C。解析:情感的感染功能是指人与人之间的情感,可以相互影响和产生共鸣。

2. 多选题

(1) ABD。解析:消费者的心理活动过程包括认识过程、情感过程、交流过程。

(2) BD。解析:根据情绪的愉快度来分类,可以分为积极情绪和消极情绪。

(3) ABD。解析:需求者是指对商品或服务有需求的个人或组织;使用者是指实际使用商品或服务的人;购买者是指作出最终购买决定的人。

(4) ABCDE。解析:引起无意注意的原因来自两个方面,即刺激物的特点和人的内部状态,二者相联系。

(5) ABC。解析:消费者购买活动中的意志过程是指消费者在购买活动中有目的地、自觉地支配和调节自己的行动,克服各种困难,实现既定的购买目标的心理过程。

3. 判断题

(1) 正确。解析:心理是客观事物以及它们之间的联系在人脑中的反映。

(2) 错误。解析:情绪和情感是心理学中的两个相关但有所不同的概念。情绪(emotion)是一种较为强烈的生理和心理状态,通常是对外界刺激的快速反应。情感(feeling)是主观的、个体内部的心理体验,是对情绪的认知和感知。情感是情绪的心理反映,是个体对情绪体验的主观意识。

(3) 错误。解析:商标是品牌的标识和名称,具有法律性质,代表注册、使用和宣传等法律程序,所有权归企业所有。品牌则是更全面的概念,包括商标外的诸多要素,强调市场角度和顾客忠诚度,构建于消费者心中的印象,具有多元所有权属性。

(4) 正确。解析:产品成长期的营销心理策略是加强广告宣传和柜台介绍工作,进一步提高消费者对商品的认知能力,坚定其购买信心。

(5) 正确。解析:消费需求的习惯性是指消费者在长期消费活动中积存下来的消费偏爱和倾向。