

浙江省 2017 年 4 月高等教育自学考试

## 广告心理学试题

课程代码:00636

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

## 选择题部分

## 注意事项:

1. 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。
2. 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 10 小题,每小题 2 分,共 20 分)

在每小题列出的四个备选项中只有一个符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. 标志着广告心理学诞生的书籍出版于  
A. 1900 年      B. 1901 年      C. 1903 年      D. 1905 年
2. 相反属性的两个对象并排在一起导致感觉上的差异加大。这种现象叫做感觉的  
A. 对比效应      B. 境联效应      C. 超负荷      D. 晕轮效应
3. 根据对象分类,需要可以分为物质需要和  
A. 精神需要      B. 自然需要      C. 社会需要      D. 心理性需要
4. 马斯洛认为,人类最基本的需要是  
A. 生理的需要      B. 安全的需要  
C. 爱与归属的需要      D. 尊重的需要
5. 某顾客买来商品后发现是次品,想退货但商店路途遥远,这种情形属于  
A. 趋避式冲突      B. 双趋式冲突  
C. 双避式冲突      D. 双重趋避式冲突
6. 肥胖者对紧身衣表示消极回避态度,这最能说明态度的哪项功能  
A. 调节的功能      B. 自我防卫的功能  
C. 价值表现功能      D. 知识功能

- A. 接近律      B. 因果律      C. 相似律      D. 对比律

8. 产品的外观和包装在产品概念上属于

- A. 核心产品      B. 有形产品      C. 附加产品      D. 无形产品

9. 1991 年, Aker 提出的品牌资产模型中有几种要素?

- A. 3 种      B. 4 种      C. 5 种      D. 7 种

10. 研究表明, 儿童能了解广告的本质特点和认识广告信息偏差性的年纪是

- A. 7 岁      B. 8 岁      C. 9 岁      D. 10 岁

## 二、多项选择题(本大题共 5 小题,每小题 2 分,共 10 分)

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的,请将其选出并将“答题纸”的相应代码涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

11. 反映人体内部属性的感觉道包括

- A. 视觉      B. 听觉      C. 内脏感  
D. 运动感觉      E. 平衡感

12. 以下关于态度特性的正确描述包括

- A. 态度不是与生俱来而是后天习得的      B. 态度必须有对象  
C. 态度一旦形成将持续相当长的时间      D. 态度有结构,彼此协调一致  
E. 态度有方向、强度和信任度

13. 多级估量量表的提出者有

- A. 奥斯古德      B. 利凯特      C. 瑟斯顿  
D. 曹志强      E. 马谋超

14. 以下关于 ELM 模型两种说服路径说法正确的有

- A. 中枢路径引起的态度改变比边缘路径持久  
B. 边缘路径引起的态度改变比中枢路径持久  
C. 精细加工的可能性高时,说服的中枢路径特别有效  
D. 精细加工的可能性高时,说服的边缘路径特别有效  
E. 精细加工的可能性低时,说服的边缘路径有效

15. 在家庭购买活动中的角色分配有

- A. 倡导者      B. 影响者      C. 信息收集者  
D. 购买者      E. 使用者

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、填空题(本大题共 5 小题,每小题 1 分,共 5 分)**

16. 心理量表按其特性分为 \_\_\_\_\_、等距量表和比例量表。
17. 操作性条件反射方法的创始人是 \_\_\_\_\_。
18. 对不同刺激作出不同的反应是指条件反射的 \_\_\_\_\_。
19. 进行创造想象时对解决问题起启发作用的事物叫 \_\_\_\_\_。
20. 常用的广告效果事中测评方法主要有 \_\_\_\_\_、回函测评法和分割测评法。

**四、名词解释题(本大题共 4 小题,每小题 5 分,共 20 分)**

21. 绝对阈限
22. 知觉的选择性
23. USP 理论
24. 说服

**五、简答题(本大题共 5 小题,第 25 小题 8 分,第 26 小题 9 分,第 27、28、29 小题各 6 分,共 35 分)**

25. 简述知觉的组织原则。
26. 简述广告重复消极效果的二因素说。
27. 简述影响理性广告效果的商品因素。
28. 影响参照群体作用大小的因素有哪些？
29. 影响品牌形象的内在因素有哪些？

**六、论述题(本大题 10 分)**

30. 结合实际试述在广告创意中认知策略的运用。