

2007年4月自考《消费心理学》统一命题大纲 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

[https://www.100test.com/kao\\_ti2020/254/2021\\_2022\\_2007\\_E5\\_B9\\_B44\\_E6\\_9C\\_c67\\_254034.htm](https://www.100test.com/kao_ti2020/254/2021_2022_2007_E5_B9_B44_E6_9C_c67_254034.htm) 全国高等教育自学考试市场营销专业(专科)“消费心理学”课题统一命题大纲 高等教育自学考试是应考者获得高等教育学历的国家考试，命题是确保考试质量的核心工作。为做好市场营销专业(专科)“消费心理学”课程全国统一命题工作，特制定本命题大纲。

一、课程性质和考试目标

1.课程性质与学习内容 “消费心理学”课程是全国高等教育自学考试市场营销专业(专科)开设的一门专业课程，是一门基本理论知识和实际应用性均较强的课程。消费心理学是系统研究消费者行为的科学，是普通心理学在市场营销活动中的具体运用。该课程的任务是系统学习消费者在购买、消费商品或服务过程中的心理现象及其发展变化规律，以及由此而产生的购买行为及其特征。消费心理学课程的学习内容包括消费者的心理活动过程，消费者的个性心理特征，影响消费者行为的心理因素，消费者购买过程的心理活动，社会环境对消费心理的影响，消费者群体的消费心理与消费行为，消费态势与消费心理，商品因素与消费心理，营销沟通与消费心理。

2.考试目标 通过本课程的学习考试，要求学生：(1)了解市场活动中消费者心理现象的产生、发展及其变化规律，认识消费心理与消费行为在市场营销活动过程中的重要性和必要性，促进市场营销的理性水平和良性运行。(2)掌握消费心理学的基本概念、基本知识和基本理论，并能做到灵活运用。(3)掌握消费心理研究与分析的基本方法，达到能独立开展消费心理研究和灵活运用消费心理学促

进市场营销活动良性发展的水平。二、考试内容及考试目标

本课程的考试内容与考核目标以课程考试大纲为标准，其重点内容为：以消费者的心理活动和消费者的个性心理特征为主线，第一章通过考核消费者的心理活动和个性心理特征，把握心理活动与心理过程的基本知识。第二章通过考核消费者心理活动的认知过程、情感过程、意志过程，了解消费者思维方式对消费者行为的影响。第三章重点考核消费者的性格、能力和兴趣，了解消费者个性心理的基本特征。第四章重点考核消费者的行为，充分认识消费者的学习、记忆、注意和态度对消费行为的影响。第五章重点考核购买过程的心理活动，了解消费者的购买行为心理、决策心理以及需求与动机。第六章重点考核社会消费文化对消费心理活动的影响，把握社会消费文化对消费者购买行为和经营者营销行为的影响。第七章重点考核消费群体与消费行为的关系，分别把握不同的消费群体对消费行为的影响。第八章重点考核消费流行与消费心理的关系，了解消费态势对消费心理的导向。第九章重点考核商品因素与消费心理的关系，了解品牌、包装、价格对消费心理的影响。第十章重点考核消费环境与消费心理的关系，了解店内外环境和POP广告对消费心理的影响。第十一章重点考核营销沟通与消费心理的关系，了解商业广告的营销活动对消费心理的影响。100Test 下载频道开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 [www.100test.com](http://www.100test.com)