

泰山学院文学与传媒学院

2022级网络与新媒体专业（本科）

消费者心理学（A卷）期末考试

2024~2025学年第一学期

（答题纸共6页，答题时间120分钟）

注 意 事 项	1. 请严格按照题号在相应答题区域作答，超出答题区域的答案无效；在草稿纸、试卷上答题无效。禁止填涂答题纸四角的识别区。	学号(*必填项*)									
	2. 答题前请先将姓名、学号填涂清楚。										
	3. 客观题使用2B铅笔填涂；修改时用橡皮擦干净。	[0]	[0]	[0]	[0]	[0]	[0]	[0]	[0]	[0]	[0]
	4. 保持卷面清洁，不要装订、折叠、破损。	[1]	[1]	[1]	[1]	[1]	[1]	[1]	[1]	[1]	[1]
填 涂	正确填涂： 错误填涂：	[2]	[2]	[2]	[2]	[2]	[2]	[2]	[2]	[2]	
		[3]	[3]	[3]	[3]	[3]	[3]	[3]	[3]	[3]	[3]
考 生 禁 填		[4]	[4]	[4]	[4]	[4]	[4]	[4]	[4]	[4]	[4]
		[5]	[5]	[5]	[5]	[5]	[5]	[5]	[5]	[5]	[5]
		[6]	[6]	[6]	[6]	[6]	[6]	[6]	[6]	[6]	[6]
		[7]	[7]	[7]	[7]	[7]	[7]	[7]	[7]	[7]	[7]
		[8]	[8]	[8]	[8]	[8]	[8]	[8]	[8]	[8]	
		[9]	[9]	[9]	[9]	[9]	[9]	[9]	[9]	[9]	

一、论文写作（共100分）

教师评语，请勿在此区域作答

1.请运用本课程所学内容选择任意角度，写出不少于2000字的课程论文，题目自拟。
以下内容可供参考：综合运用《消费者心理学》所学知识，可以从“（1）消费者心理学的产生与发展（2）消费者的心理活动过程（消费者的认知过程、消费者的情感过程、消费者的意志过程）（3）消费者的个性心理特征（消费者的气质特征、消费者的性格特征、消费者的能力）（4）消费者购买过程中的心理活动（消费者的需要、消费者的动机、消费者的购买决策、消费者的购买行为）（5）影响消费者心理变化的因素（社会因素对消费者心理的影响、商品因素对消费者心理的影响）”等角度入手（注：可选择单一视角深入探讨，亦可综合多方面进行分析），结合网络热点现象对相关内容作出分析、论述。
要求：（1）能自觉运用本学期所学课程《消费者心理学》中的相关知识对内容进行分析。（2）叙述层次分明，言之有物，重点突出、明确。（3）卷面应整洁、干净，书写工整，不应有错别字、词，符合字数要求。（4）文中出现抄袭等现象则做零分处理。（100分）

密 封 线



密 封 线

