

<<国试书业·消费心理学试卷>>

图书基本信息

书名：<<国试书业·消费心理学试卷>>

13位ISBN编号：9787802493605

10位ISBN编号：7802493609

出版时间：2010-7

出版时间：中华工商联合出版社有限责任公司

作者：国试书业 编

页数：128

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<国试书业·消费心理学试卷>>

内容概要

《全国高等教育自学考试标准预测试卷》系列图书是根据全国高等教育自学考试指导委员会颁布的各科考试大纲,依照最新版本教材,参照最新考试题型,特邀多年从事自考教学、命题研究的专家精心编写而成的,从内容上和形式上都保证了试卷的专业性、权威性和准确性。

建议考生将本系列图书与相应教材配套使用,通过系统性的练习,加深对该学科考试内容的理解和记忆,掌握常用解题技巧及方法,全面巩固知识点。

试卷系列每册均有8~10套自学考试标准预测试卷,建议考生每周做1套试卷,循序渐进,取得实效。

每套试卷均附有详细的参考答案,题型、题量及难度与真题相仿,注重实战,讲求技巧,通过深度的点评、详尽的解析、精准的预测,力求全真模拟实战演练,切实提升考生的综合应试能力,满足考生科学地进行自我考评的需求。

考生应在正式考试规定时间(150分钟)内独立完成所有试题,不要超时,不要急于翻看答案,以达到真正模拟测试的效果。

做完试卷后,根据试卷后的答案及评分标准给自己评定分数,认真分析每一道题的解题思路,切忌盲目背题目、背答案。

要深究做错的原因,在仔细研读教材的基础上,对照《全国高等教育自学考试同步训练·同步过关》的相关章节有针对性地再复习,力争每做一套题都有收获,日积月累,定会有质的突破。

本系列试卷后附有教育部考试中心独家授权的最新真题及参考答案。

真实权威的考核标准,可以帮助考生提前体验实战氛围。

书籍目录

消费心理学标准预测试卷(一)消费心理学标准预测试卷(二)消费心理学标准预测试卷(三)消费心理学标准预测试卷(四)消费心理学标准预测试卷(五)消费心理学标准预测试卷(六)消费心理学标准预测试卷(七)消费心理学标准预测试卷(八)消费心理学标准预测试卷(九)消费心理学标准预测试卷(十)消费心理学标准预测试卷参考答案2007年4月消费心理学全国统考试题及参考答案2008年4月消费心理学全国统考试题及参考答案2009年4月消费心理学全国统考试题及参考答案2010年4月消费心理学全国统考试题及参考答案

章节摘录

插图：7．高级神经类型强而平衡灵活的人，其气质类型是【】A．胆汁质B．多血质C．黏液质D．抑郁质8．一种新产品借助于老产品的知名品牌上市，最初会引起关注，但是如果经营者不再发出有关老产品的刺激信号，那么知名品牌对“借壳上市”的新产品的促销效应就会逐渐减弱，其原理是【】A．刺激的泛化B．刺激的消退c．刺激的适应D．刺激的辨别9．在记忆过程中，信息录入和编码属于【】A．识记环节B．保持环节C．回忆环节D．认知环节10．节日历来是商家营销的最好时机，这是因为人们的——较强。

【】A．情感动机B．理智动机C．惠顾动机D．情绪动机11．过去的时尚明天又在市场上重新流行，表明消费行为具有【】A．时间特征B．周期性特征c．相关性特征D．偶然性特征12．社会环境优化的关键在于、【】A．制度的创新B．文化的发展c．精神的升华D．人际关系的改善13．浅层消费文化心理表现的是人们的【】A．社会消费文化心理B．俗文化消费心理c．物质消费文化心理D．娱乐文化消费心理14．人们日常消费的主体是【】A．个体消费B．集团消费c．家庭消费D．公款消费

编辑推荐

《国试书业·消费心理学试卷(市场营销专业·专科·最新版)》由全国高等教育自学考试指导委员会办公室审定。

依据最新考试大纲编写，教育部考试中心唯一授权，教材依据《消费心理学》中国人民大学出版社。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>