1.Какой личностный фактор выражает неповторимое своеобразие психики и личности, характеризующее человека в его социально значимых отличиях от других людей.

1. Индивидуальность
2. Ценность
3. Стиль жизни
4. Пол потребителей

2.Второе потребительское поколение, пока не играющее значительной роли на потребительском рынке.

1. Старшее
2. Среднее
3. Юное
4. Молодое

3.В какой теории рассматриваются факторы, оказывающие (либо нет) мотивирующее воздействие на поведение человека и вызывающие его удовлетворённость либо неудовлетворённость.

1. Теория З. Фрейда
2. Теория Ф. Герцберга
3. Теория Д. Шварца
4. Теория А. Маслоу

4.Отнесение единичного объекта к определённому виду однородных с ним по какому-либо признаку объектов.

1. Константность
2. Целостность
3. Обобщённость
4. Избирательность

5.Обеспечивает хранение информации, получаемой органами чувств, и удерживает её не более двух секунд.

1. Долгосрочная память
2. Сенсорная память
3. Краткосрочная память

6.Воспоминания, которые возникают, когда мы отыскиваем в своей памяти значения слов и окружающих нас символов.

1. Эпизодические
2. Процедурные
3. Семантические

7.Информация о направлениях и способах применения продукта, хранящаяся в памяти человека.

1. Знания о покупке
2. Знания об использовании товара
3. Знания о продукте
4. Знания об убеждении

8.Компонент связанный с действиями и намерениями относительно будущего поведения.

1. Волевой
2. Эмоциональный
3. Познавательный

9.При учёте какого фактора, доходы рассчитывают на одну семью, на одного челвоека, на взрослых и детей.

1. Географического
2. Демографического
3. Социально-экономического

10.единство общих способностей человека, обусловливающее диапазон его интеллектуальных возможностей, уровень и своеобразие его деятельности.

1. Гениальность
2. Одарённость
3. Мастерство
4. Талант

11.Определить к кому типу темперамента, относится эта характеристика: сильный,подвижный, неуравновешенный.

1. Флегматик
2. Сангвиник
3. Холерик
4. Меланхолик

12.К какому типу характера относится: добросовестный, аккуратный, надёжный и одновременно- формалист, зануда.

1. Рассудительный
2. Демонстративный
3. Педантичный
4. Эмоциональный

13.Дать определение свойству темпераменту «ригидность».

1. Наименьшая сила внешнего воздействия, необходимая для возникновения психической реакции человека
2. Степень непроизвольности реакций человека на внешние и внутренние воздействия одинаковой силы
3. Способность сопротивляться негативным или неблагоприятным обстоятельствам
4. Неспособность перестраиваться при выполнении заданий сообразно обстоятельствам

14.Охотно делится впечатлениями о товаре, подробно рассказывает о своих проблемах, задаёт массу вопросов, руководит процессом торговли, ставит вопросы, уточняет детали.

1. Покупатель-интроверт
2. Покупатель-экстраверт
3. Покупатель-сенсорный
4. Покупатель-мыслительный

15.Дать определение. «Утилитарные мотивы».

1. Поиск выгоды(низкие цены, экономичность и практичность в использовании)
2. Стремление приобрести привлекательность, приобщиться к определённой социальной среде, удовлетворить своё любопытство
3. Приверженность к форме, цвету товара, гармоничному сочетанию его с окружающими предметами
4. Интерес преимущественно к функциональным характеристикам товара.

16.Дать определение. Теория Д. Мак – Клелланда.

1. Основана на предположении, что поведение людей мотивируется тремя базовыми обучаемыми потребностями: в достижении, принадлежности и управлении.
2. Выделяет рациональные и эмоциональные мотивы покупок
3. Содержит идею о том, что человек не до конца осознаёт мотивации собственных поступков
4. Вводит иерархию потребностей по признаку их приоритетности – степени важности

17.По характеру приобретения информации различают..

1. Механическую и смысловую память
2. Генетическую и прижизненную память
3. Непроизвольную и произвольную
4. Двигательную и логическую

18.Противоречивость наших отношений к окружающей действительности

1. Полярность
2. Амбивалентность
3. Историческая и социальная обусловленность
4. Интегральность

19.Отражает степень постоянства установок, их невосприимчивости к изменениям.

1. Доступность
2. Приверженность
3. Консервативность
4. Валентность

20.Умственные способности людей, необходимые для выполнения различных действий по обработке информации.

1. Познавательные ресурсы
2. Временные ресурсы
3. Экономические ресурсы