

上海市高等教育自学考试  
会展管理专业（独立本科层次）（B020180）  
会展心理学（08886）  
自学考试大纲

上海应用技术学院自学考试办公室编  
上海市高等教育自学考试委员会组编  
2014 年版

## I、课程性质及其设置的目的和要求

### 一、本课程的性质与设置的目的

“会展心理”是会展管理专业的一门基础课程，本课程以研究会展消费心理为主线，主要探讨参与会展活动中的心理现象，为会展从业人员了解会展消费者心理，制定会展发展战略提供重要心理依据。本课程设置的目的是：使应考者比较广泛、系统的理解和掌握会展心理的基本理论和基本知识，培养和提高正确分析和解决会展活动中消费心理的基本问题的能力；通过本课程的学习，初步具备会展管理工作要求的理论素养和操作技能，为学习好会展管理专业的其它课程奠定基础，同时为成为专业会展管理类人才奠定基础。

### 二、本课程的基本要求

通过课程的学习，应考者应了解会展心理学的基本概念和常用术语，掌握会展心理学的基本理论和研究方法，掌握会展的参展商和会展消费者的心理活动特点和规律，懂得优秀的会展工作者应该具有哪些良好的心理素质、如何运用心理学知识去实现优质的会展服务、如何运用心理学知识去处理会展服务工作中的各种人际难题、如何运用心理学知识去做好会展企业的基层管理工作。

### 三、与相关课程的联系

会展概论与会展营销是本课程的先修课程，应考者学习本课程应具备会展学和营销学的知识基础。

## II、课程内容与考核目标

### 第一章 会展业心理综述

#### 一、学习目的与要求

本章是会展心理的入门章节，主要了解会展概念的内涵、构成要素、功能和分类以及会展业发展的基本状况及其趋势，掌握会展心理学研究的对象、任务和方法；明确学习会展心理学的价值、意义以及学习目的，为以后的学习打下基础。

#### 二、课程内容

##### 第一节 会展业概述

##### （一）会展的内涵

- (二) 会展的构成要素
- (三) 会展的功能与分类

## 第二节 会展心理的对象、任务与方法

- (一) 会展心理研究的对象
- (二) 会展心理研究的任务
- (三) 会展心理研究的方法

## 第三节 会展业的发展与心理基础

- (一) 国际和国内会展业的发展状况
- (二) 国际和国内会展业的发展趋势

## 三、考核知识点

- (一) 会展业概述
- (二) 会展心理的对象、任务与方法
- (三) 会展业的发展与心理基础

## 四、考核要求

- (一) 会展业概述
  - 1、识记：(1) 会展的内涵；(2) 会展的构成要素。
  - 2、领会：(1) 会展的分类；(2) 会展的功能。
- (二) 会展心理的对象、任务与方法
  - 1、识记：(1) 会展心理的研究方法；(2) 会展心理研究的对象。
  - 2、领会：会展心理的任务。
  - 3、简单应用：会展心理研究的对象、任务和方法
- (三) 会展业的发展与心理基础
  - 1、识记：会展业发展的心理基础。
  - 2、综合应用：国际和国内会展业的发展状况和趋势。

## 第二章 参与会展与购买会展产品的决策者

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，要求了解参展商的心理、会议消费者的心理以及会展产品消费心理；掌握参展商的心理目标和影响消费者的心理因素。

## 二、课程内容

### 第一节 参展商心理

- （一）参展商参展的心理目标
- （二）影响参展商心理的内外部因素

### 第二节 会议消费者心理

- （一）会议消费者的心理期望
- （二）影响会议消费者的心理因素

### 第三节 会展产品消费心理

- （一）会展产品的内在性质与外在形象
- （二）影响会展消费者的心理因素

## 三、考核知识点

- （一）参展商的心理
- （二）会议消费者心理
- （三）会展产品消费心理

## 四、考核要求

### （一）参展商的心理

- 1、识记：参展商参展的心理目标。
  - 2、领会：影响参展商心理的外部因素。
  - 3、简单应用：参展商的心理。
- ### （二）会议消费者心理
- 1、识记：会议消费者的心理期望。
  - 2、领会：会议消费者的心理要求。
  - 3、简单应用：影响会议消费者的心理因素。
- ### （三）会展产品消费心理
- 1、识记：影响会展消费者的心理因素。

- 2、领会：会展产品内在性质与外在形象。
- 3、综合应用：影响参展商与会展消费者的心理因素。

### 第三章 知觉对会展消费的影响

#### 一、学习目的与要求

通过本章的学习要了解和掌握知觉的特性、心理定势以及会展消费者决策的各种因素,以便为认识会展消费者的活动规律、更好地开展会展工作提供依据。

#### 二、课程内容

##### 第一节 知觉的基本原理

- (一) 感觉和知觉的概念与联系
- (二) 知觉的特征

##### 第二节 知觉的心理定势

- (一) 微观心理定势
- (二) 宏观心理定势

##### 第三节 对会展目标的知觉与会展决策

- (一) 知觉与会展目标之间的联系
- (二) 知觉与会展决策之间的联系

##### 第四节 对会展地域、层次的知觉与会展决策

- (一) 知觉与会展地域
- (二) 知觉与会展层次

#### 三、考核知识点

- (一) 知觉的基本原理
- (二) 知觉的心理定势
- (三) 对会展目标的知觉与会展决策
- (四) 对会展地域、层次的知觉与会展的决策

#### 四、考核要求

### （一）知觉的基本原理

- 1、识记：感觉和知觉的概念与联系。
- 2、领会：知觉的特征。

### （二）知觉的心理定势

- 1、识记：（1）微观心理定势；（2）宏观心理定势。
- 2、简单应用：知觉的心理定势。

### （三）对会展目标的知觉与会展决策

- 1、识记：知觉与会展目标之间的联系。
- 2、领会：知觉与会展决策之间的联系。
- 3、综合应用：会展目标和风险对会展决策的影响

### （四）对会展地域、层次的知觉与会展的决策

- 1、识记：知觉与会展地域。
- 2、领会：知觉与会展层次。
- 3、综合应用：会展地域和层次对会展决策的影响。

## 第四章 需要、动机、态度与会展消费

### 一、学习目的与要求

要求了解需要、动机和态度的概念；理解会展主体的需要与会展消费之间的关系；掌握激发会展消费者参展的动机、改变会展消费者态度的策略。

### 二、课程内容

#### 第一节 需要与会展消费

- （一）需要的概念和特征
- （二）需要与会展消费关系

#### 第二节 动机与会展决策

- （一）动机的形成
- （二）动机的激发
- （三）动机对会展消费决策影响

#### 第三节 态度与会展消费

(一) 态度的概念、特征

(二) 态度与会展消费观念的关系

### 三、考核知识点

(一) 需要与会展消费

(二) 动机与会展决策

(三) 态度与会展消费

### 四、考核要求

(一) 需要与会展消费

1、识记：需要的概念、类型与特征。

2、领会：会展消费的涵义。

3、简单应用：会展消费主题的需要与会展消费的关系。

(二) 动机与会展决策

1、识记：会展目标与诱因。

2、领会：会展动机的形成与激发。

3、简单应用：激发会展消费者参展的动机。

(三) 态度与会展消费

1、识记：(1) 态度的概念、构成与特征；(2) 态度与会展消费。

2、领会：会展消费对会展产生的经济带动作用。

3、综合应用：改变会展消费者态度的策略。

## 第五章 人格、社会与会展消费

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解会展消费行为受到众多因素的影响。其中，消费者个体的人格类型、人格结构和生活方式对会展消费行为的影响最为深刻，此外还受到经济环境、所在地区、锁在群体、所处社会阶层、社会文化环境等因素的影响。

### 二、课程内容

## 第一节 人格类型与会展消费

### （一）人格的概念、特征与类型

### （二）基本的人格结构理论

## 第二节 人格结构与会展消费

### （一）人格结构

### （二）人格结构对会展消费的影响

## 第三节 生活方式与会展消费

### （一）生活方式的概念

### （二）生活方式与会展消费的关系

## 第四节 社会因素与会展消费

### （一）影响会展消费的社会因素

### （二）经济收入、参照群体和社会文化对会展消费的影响

## 三、考核知识点

### （一）人格类型与会展消费

### （二）人格结构与会展消费

### （三）社会因素与会展消费

## 四、考核要求

### （一）人格类型与会展消费

1、识记：人格的概念、特征与类型。

2、领会：人格类型对会展消费的影响。

### （二）人格结构与会展消费

1、识记：人格结构。

2、简单应用：人格结构对会展消费的影响。

### （三）生活方式与会展消费

1、识记：生活方式的基本概念。

2、领会：生活方式与会展消费。

### （四）社会因素与会展消费



1、识记：（1）影响会展消费的经济因素；（2）地域特色（地区因素、气候因素、人口密度因素、城镇规模因素）。

2、领会：（1）家庭群体；（2）社会阶层；（3）社会文化。

3、综合应用：应用：影响人们会展消费行为的社会因素

## 第六章 会展服务过程心理

### 一、学习目的与要求

通过本章学习，学会从认知、情感、和行为等不同角度实施良好的会展服务；掌握会展服务语言的表达技巧；通过了解服务技术的心理功能，掌握会展中接近消费者、巧妙提问、展示产品、促成交易等会展服务技能。通过对本章的学习，还可以掌握会展消费者的心理发展过程，以便抓住时机，提供个性的服务。

### 二、课程内容

#### 第一节 服务态度

（一）服务态度的心理功能

（二）会展服务态度的方法

#### 第二节 服务语言

（一）服务语言的心理功能

（二）会展服务语言的表达技巧

#### 第三节 服务技术

（一）服务技术的心理功能

（二）会展服务的基本技能

#### 第四节 服务时机

（一）服务时机的心理功能

（二）会展服务时机策略

#### 第五节 个性服务

（一）个性化服务的心理功能

（二）会展个性化服务策略

### 三、考核知识点

#### （一）服务态度

#### （二）服务语言

#### （三）服务技巧

### 四、考核要求

#### （一）服务态度

- 1、识记：服务态度。
- 2、领会：服务态度的心理功能。
- 3、简单应用：会展服务态度的方法。

#### （二）服务语言

- 1、识记：服务语言的。
- 2、领会：服务语言的心理功能。
- 3、综合应用：会展服务语言的表达技巧

#### （三）服务技巧

- 1、识记：（1）服务技术；（2）服务时机；（3）个性服务。
- 2、领会：（1）服务技术的心理功能；（2）服务时机的心理功能；（3）个性服务的心理功能。
- 3、综合应用：提高会展服务技巧。

## 第七章 会展服务阶段心理

### 一、学习目的及要求

通过本章的学习，了解消费者在会展不同阶段的心理特征以及会展消费者的基本类型，掌握会展现场的客户沟通技巧，通过促销工具的使用、现场气氛的引导吸引会展消费者；掌握处理投诉的程序；学会适时结束谈话，留下良好印象；通过各种方式做好会展善后工作。

### 二、课程内容

#### 第一节 会展服务初始阶段

- (一) 会展消费者在会展服务初始阶段的心理特征
- (二) 参展商在会展服务初始阶段塑造良好的第一印象的方法

## 第二节 会展服务中间阶段

- (一) 会展消费者在会展服务中间阶段的心理特征
- (二) 会展现场的客户沟通技巧。

## 第三节 会展服务终结阶段

- (一) 会展消费者在会展服务终结阶段的心理特征
- (二) 建立良好跟进系统的必要性及具体方法

## 三、考核知识点

- (一) 会展服务初始阶段
- (二) 会展服务中间阶段
- (三) 会展服务终结阶段

## 四、考核要求

### (一) 会展服务初始阶段

- 1、识记：会展消费者在会展服务初始阶段的心理特征。
- 2、领会：参展商在会展服务初始阶段塑造良好的第一印象。
- 3、简单应用：参展商在会展初始阶段塑造良好的第一印象的方法。

### (二) 会展服务中级阶段

- 1、识记：会展消费者在会展服务中间阶段的心理特征。
- 2、领会：会展现场的客户沟通技巧。
- 3、简单应用：投诉处理程序。

### (三) 会展服务的终结阶段

- 1、识记：会展消费者在会展服务终结阶段的心理特征。
- 2、领会：根据不同情况采用不同方法与参观者谈话。
- 3、简单应用：建立良好跟进系统的必要性及具体方法
- 4、综合应用：使用促销工具、现场气氛的引导吸引会展消费者。

## 第八章 会展商品销售服务中心

### 一、学习目的及要求

本章的学习任务就是了解会展市场主体、掌握参展商与观众消费心理、熟悉会展商品的销售心理。

### 二、课程内容

#### 第一节 会展参与者的消费心理

- (一) 会展参与者的组成与分类
- (二) 会展承办者的资格与职责
- (三) 会展参与者的消费心理

#### 第二节 会展商品的销售心理

- (一) 会展商品中的心理因素
- (二) 会展商品销售服务心理
- (三) 会展商品及展品对消费者心理的影响

### 三、考核知识点

- (一) 会展参与者的消费心理
- (二) 会展商品的销售心理

### 四、考核要求

#### (一) 会展参与者的消费心理

- 1、识记：(1) 会展主办者的类型；(2) 会展承办者的资格与职责。
- 2、领会：(1) 参展商的筹备工作；(2) 展会观众的分类。
- 3、简单应用：会展参与者的消费心理。

#### (二) 会展商品的销售心理

- 1、识记：会展商品的性质、外形、包装、陈列及展品演示与消费者心理的关系。
- 2、领会：(1) 会展商品中的心理因素；(2) 会展商品销售服务心理。
- 3、简单应用：会展商品及展品对消费者心理的影响。

4、综合应用：会展商品销售服务心理策略。

## 第九章 会展从业人员职业心理

### 一、学习目的及要求

通过本章内容的学习，要求理解会展从业人员应有的职业意识、心理素质；掌握会展从业人员的待客策略。

### 二、课程内容

#### 第一节 会展从业人员的职业意识

- （一）角色意识
- （二）质量意识
- （三）形象意识
- （四）信誉意识
- （五）服务意识

#### 第二节 会展从业人员的心理素质

- （一）心理素质
- （二）情感与意识
- （三）气质与性格

#### 第三节 待客之道的心理策略

- （一）人性化服务
- （二）情感化服务

### 三、考核知识点

- （一）会展从业人员的职业意识
- （二）会展从业人员应有的心理素质
- （三）待客之道的心理策略

### 四、考核要求

- （一）会展从业人员的职业意识

- 1、识记：会展从业人员的角色意识、质量意识、形象意识。
- 2、领会：会展从业人员的信誉意识、服务意识。
- 3、简单应用：会展从业人员应有的职业意识。

#### （二）会展从业人员的心理素质

1、识记：（1）会展从业人员应该具备的心理素质；（2）会展从业人员应有情感与意识。

- 2、领会：会展从业人员应有气质与性格。
- 3、简单应用：会展从业人员应有的心理素质。

#### （三）待客之道的心理策略

- 1、识记：（1）人性化服务；（2）情感化服务。
- 2、领会：与消费者的语言交流方式。
- 3、综合应用：会展从业人员的待客心理策略。

## 第十章 会展企业的管理心理

### 一、学习目的及要求

会展企业管理心理不仅研究参展者的心理，而且还要研究会展企业人员与企业管理者的心理，为了提高服务工作质量，员工要了解和迎合客户的心理，并在与客户的交往的中进行必要的自我控制。因此，会展企业管理心理学应当成为会展心理的一个重要组成部分。

### 二、课程内容

#### 第一节 个性心理

- （一）会展人才应具备的能力
- （二）需要、期望、挫折的相关理论及其应用
- （三）人性管理策略

#### 第二节 人群心理

- （一）非正式团体和正式团体的产生与功能
- （二）正式团体和非正式团体的差异

#### 第三节 管理行为

- （一）激励的内涵与方法

(二) 有效领导的策略

(三) 决策一般步骤与影响因素

### 三、考核知识点

(一) 个性心理

(二) 人群心理

(三) 管理行为

### 四、考核要求

(一) 个性心理

- 1、识记：(1) 会展人才应具备的能力；(2) 人性管理的策略。
- 2、领会：会展人才应该具备的个性、气质、能力。
- 3、简单应用：马斯洛的需要层次理论及其应用。

(二) 人群心理

- 1、识记：(1) 正式团体；(2) 非正式团体。
- 2、领会：(1) 非正式团体与正式团体产生与功能；(2) 团体心理与行为。
- 3、简单应用：举例说明正式团体和非正式团体的差异。
- 4、综合应用：非正式团体存在的理由。

(三) 管理行为

- 1、识记：(1) 激励的概念；(2) 有效率组织的特点；(3) 会展企业的职能部门。
- 2、领会：(1) 组织行为；(2) 领导行为；(3) 决策行为。
- 3、简单应用：会展从业人员应该具备的管理行为。
- 4、综合应用：分析企业管理层的激励、领导、决策和组织工作如何影响员工的行为。

## 第十一章 会展企业公关心理

### 一、学习目的及要求

要求了解公众的一般心理特征、公众心理倾向，掌握认知公众心理的方法、与公众进行心理沟通的途径、影响公众心理的方式方法，认识企业形象与公众印象、企业形象与公众态度、企业形象与公众舆论的关系。

## 二、课程内容

### 第一节 公众心理认知

- （一）公众的一般心理特征
- （二）公众心理倾向
- （三）掌握认知公众心理的方法

### 第二节 公众心理沟通与公众心理影响

- （一）与公众进行心理沟通的途径
- （二）影响公众心理的方式方法

### 第三节 企业形象与公众心理

- （一）企业形象与公众印象
- （二）企业形象与公众态度
- （三）企业形象与公众舆论

## 三、考核知识点

- （一）公众心理认知
- （二）与公众进行心理沟通的途径
- （三）企业形象与公众印象、公众态度、公众舆论的关系

## 四、考核要求

### （一）公众心理认知

- 1、识记：（1）公众心理特征；（2）公众心理倾向。
- 2、领会：（1）对公众心理的认知；（2）公众心理定势。

### （二）公众心理沟通与公众心理影响

- 1、识记：（1）影响公众心理的方式方法（2）与公众进行心理沟通的途径：信息沟通、意见沟通、感情沟通。



2、领会：（1）特殊公众与意见领袖（2）对公众心理的影响。

3、简单应用：举例说明认知公众心理的途径和方法。

4、综合应用：在不同场合、不同情况下识别和预见公众心理

### （三）企业形象与公共心理

1、识记：（1）企业形象和公众印象；（2）企业形象和公众态度；  
（3）企业形象和公众舆论。

2、领会：企业形象与公众印象、公众态度、公众舆论的关系。

3、简单应用：会展企业的心理氛围。

4、综合应用：从心理学的角度谈谈如何认识企业形象与公众印象、企业形象与公众态度、企业形象与公众舆论的关系。

## III、有关说明与实施要求

### 一、关于考核目标的说明

#### 1. 关于考试大纲与教材的关系

考试大纲以纲要的形式规定了会展心理学课程的基本内容，是进行学习和考核的依据；教材是考试大纲所规定课程内容的具体化和系统论述，便于自学应考者自学、理解和掌握。考试大纲和教材在内容上基本一致。

#### 2. 关于考核目标的说明

（1）本课程要求应考者掌握的知识点都作为考核的内容。

（2）关于考试大纲中四个能力层次的说明：

识记：要求应考者能知道本课程中有关的名词、概念、原理和知识的含义，并能正确认识和表述。

领会：要求在识记的基础上，能全面把握本课程中的基本概念、基本原理、基本方法，能掌握有关概念、原理、方法的区别与联系。

简单应用：要求在领会的基础上，能运用本课程中的基本概念、基本方法中的少量知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题。

综合应用：要求在简单应用的基础上，能运用学过的本课程多个知识点，综合分析和解决比较复杂的问题。

### 二、关于自学教材

《会展心理》：谢苏主编，重庆大学出版社，2013年7月第2版。

### 三、关于自学方法的指导

1、围绕大纲，先翻阅大纲中有关这一章的考核知识点及对知识点的能力层次要求和考核目标，以便在阅读教材时做到心中有数，有的放矢。

2、阅读教材时，要逐段细读，逐句推敲，集中精力，吃透每一个知识点，对基本概念必须深刻理解，对基本理论必须彻底弄清，对基本方法必须牢固掌握。

3、在自学过程中，既要思考问题，也要做好阅读笔记，把教材中的基本概念、原理、方法等加以整理，这可从中加深对问题的认知、理解和记忆，以利于突出重点，并涵盖整个内容，可以不断提高自学能力。

4、完成书后作业和适当的辅导练习是理解、消化和巩固所学知识，培养分析问题、解决问题及提高能力的重要环节，在做练习之前，应认真阅读教材，按考核目标所要求的不同层次，掌握教材内容，在练习过程中对所学知识进行合理的回顾与发挥，注重理论联系实际和具体问题具体分析，解题时应注意培养逻辑性，针对问题围绕相关知识点进行层次（步骤）分明的论述或推导，明确各层次（步骤）间的逻辑关系。

### 四、对社会助学的要求

1、社会助学者应明确本课程的性质与设置要求，根据本大纲规定的课程内容和考核目标，把握指定教材的基本内容，对自学应考者进行切实有效的辅导，引导他们掌握正确的学习方法，防止自学中的各种偏向，体现社会助学的正确导向。

2、要正确处理基本原理、基本概念和基本知识同应用能力的关系，努力引导自学应考者将基础理论知识转化为认识、分析和解决实际问题的能力。

3、要正确处理重点和一般的关系。本课程的理论性强，内容广泛；自学考试命题的题型多样、覆盖面广。社会助学者应根据这门课程和考试命题的特点，指导自学应考者全面系统地学习教材，掌握全部课程内容和考核目标。在全面辅导的基础上，突出重点章节和重点问题，把重点辅导和兼顾一般有机地结合起来。

### 五、关于命题考试的若干规定

1、本课程的命题考试，应根据本大纲规定的课程内容和考核目标，来确认考试范围和考核要求，不要任意扩大或缩小考试范围，或提高或降低考核要求。本大纲各章所规定的考核要求中各知识点都是考试的内容。试题覆盖到章，适当

突出重点章节，加大重点内容的覆盖密度。

2、试卷对能力层次的要求应结构合理。对不同能力层次要求的分数比例一般为：识记占 20%，领会占 30%，简单应用占 30%，综合应用占 20%。

3、本课程试题的难易程度应适中。每份试卷中不同难度试题的分数比为：易占 20%，较易占 30%，较难占 30%，难占 20%。应当注意，试题的难易程度与能力层次不是同一概念，在各个能力层次的试题中都存在着不同的难度，切勿将二者混淆。

4、本课程考试的题型有：单项选择题、多项选择题、填空题、名词解释题、简答题、论述题。

5、考试方式为笔试、闭卷；考试时间为 150 分钟；

6、特殊要求：考试时只允许带钢笔或圆珠笔、2B 铅笔和橡皮。

#### 附录：题型举例

##### （一）单项选择题

下列选项中，不属于人格的特征是（ ）

- A. 整体性
- B. 功能性
- C. 自然性和社会性的统一
- D. 生理性

##### 多项选择题

下列选项中，是会展的构成要素的选项是（ ）。

- A. 主办者
- B. 会展观众
- C. 会展场馆与场地
- D. 会展辅助服务机构
- E. 会展观众

##### （三）填空题

会展心理研究的对象包括会展消费心理和\_\_\_\_\_。

（四）名词解释题

会展消费

（五）简答题

简述影响会展消费行为的社会因素。

（六）论述题

试论述在和消费者接触的过程中，会展从业人员所要采取的心理策略可以从哪些方面考虑？