

# 湖南省高等教育自学考试

## 课程考试大纲

### 旅游心理学

(课程代码: 00188)

湖南省教育考试院组编  
2016 年 12 月

# 高等教育自学考试课程考试大纲

课程名称：旅游心理学

课程代码：00188

## 第一部分 课程性质与目标

### 一、课程性质与特点

旅游心理学是高等教育自学考试旅游管理（本科）专业的专业核心课程，该课程是心理学的应用分支学科，是研究旅游活动中人的心理现象的科学。旅游心理学是旅游管理专业的基础学科，只有很好地掌握旅游心理学的知识，才能更好地学习和把握旅游管理专业的各门后续课程。通过本门课程的学习，使考生掌握心理学有关的基本理论和观点；掌握研究旅游活动过程中人们心理及行为的基本方法和手段；了解旅游活动过程中人的心理活动的规律，明确影响旅游者旅游行为的心理因素包括感知、动机、态度和个性方面以及社会因素的群体、家庭、社会阶层和文化等方面；掌握提高人的心理素质的基本方法，为今后服务工作和管理工作打下良好的基础。

### 二、课程目标与基本要求

通过本课程的学习，考生要能够正确认识课程的性质、任务及其研究对象，全面了解课程的体系、结构，对旅游心理学有一个总体的认识。要求考生掌握旅游心理学的基本概念、基本原理和基本知识，学会用旅游心理学理论分析和解决旅游服务中遇到的心理问题。考生要能够做到理论联系实际，学会提出问题、分析问题和提高解决实际问题的能力。真正掌握课程的核心内容，为企业经济效益的提高服务，为毕业后更好的从事管理工作打下基础。

### 三、与本专业其他课程的关系

旅游心理学是旅游管理专业一门重要的专业核心课程，在旅游管理专业中占有重要的地位。本课程的前修课程是旅游学概论、旅游文化。这两门课程可以帮助我们更好地掌握旅游心理学的基本知识和基本原理，有助于更好地学好本门课程。

## 第二部分 考核内容与考核目标

### 绪论

#### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，考生应当了解旅游心理学的学科性质及历史发展沿革，熟悉并掌握旅游心理学的研究对象、任务及方法。理解研究旅游心理学的目的和重要意义。

#### 二、考核知识点与考核目标

##### （一）旅游心理学的研究对象与内容（重点）

识记：旅游心理学的研究内容

理解：旅游心理学的研究对象

应用：旅游心理的特殊性

(二) 旅游心理学的研究意义（重点）

识记：研究旅游心理的意义

(三) 旅游心理学的产生与发展（次重点）

识记：旅游心理学的产生

理解：在实践活动中运用旅游心理学

应用：旅游心理学还存在大量发展空间

(四) 旅游心理的研究方法（一般）

识记：观察法、实验法、访谈法、问卷调查法、心理测量法

理解：旅游心理学研究的方法论

## 第一章 旅游者购买行为的心理过程

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，正确理解旅游者对旅游产品感觉、知觉、注意、记忆、思维、想象的涵义。了解旅游者对旅游产品的认知、情感和意志过程。

### 二、考核知识点与考核目标

(一) 旅游者对旅游产品的认识过程（重点）

识记：感觉、知觉、注意的概念以及知觉的特性

理解：旅游知觉对旅游的影响、旅游者对旅游产品的记忆

应用：思维的类型与思维能力的培养

(二) 旅游者对旅游产品的情感过程（次重点）

识记：情感的分类

理解：影响旅游者对旅游产品的主要因素

(三) 旅游者对旅游产品的意志过程（一般）

识记：旅游者对旅游产品意志过程的基本特点

理解：旅游者对旅游产品意志过程的不同阶段

## 第二章 旅游者购买过程的心理活动

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解旅游者的消费需要心理，理解旅游者购买动机与行为过程。

### 二、考核知识点与考核目标

(一) 旅游者的消费需要心理（重点）

识记：旅游者消费需要的特点、内容

理解：旅游者在旅游过程中不同阶段的不同需要对比

应用：消费需要心理对购买行为的影响

(二) 旅游者的购买动机心理（次重点）

识记：旅游者购买动机的类型

理解：旅游者购买动机的主要表现、购买动机的主要理论

应用：影响旅游者购买动机的主要因素

(三) 旅游者的购买决策心理（次重点）

识记：购买决策的特点与主要内容。

理解：个人决策；家庭决策；社会协商式决策

应用：影响旅游者购买决策的因素

(四) 旅游者的购买行为心理（次重点）

识记：旅游者购买行为理论决策的特点与主要内容

应用：分析对比不同的旅游者购买行为类型

### 第三章 旅游者的个性消费心理特征

#### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，从气质、性格、能力和兴趣四个方面分析对购买行为的影响。

#### 二、考核知识点与考核目标

(一) 旅游者的性格与购买行为（重点）

识记：性格的分类方式与类型

理解：不同性格类型与旅游购买行为的关系

应用：分析旅游者性格类型的差异

(二) 旅游者的能力与购买行为（次重点）

识记：能力的分类

理解：能力的差异对比

应用：分析不同的能力类型

(三) 旅游者的兴趣与购买行为（次重点）

识记：兴趣的本质、消费兴趣的特点

理解：旅游消费者兴趣的差异性

应用：对比不同消费兴趣

(四) 旅游者的气质与购买行为（一般）

识记：旅游者气质的四种基本类型

理解：不同气质类型与旅游购买行为的关系

应用：分析旅游者气质类型的差异

### 第四章 旅游消费者群体的消费心理特征

#### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，学习不同年龄、性别旅游消费者的消费心理特征，学会分析不同家庭旅游者消费群体的消费心理特征。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）消费者群体概述（重点）

识记：群体的含义与类型

理解：消费群体对消费者心理的影响

### （二）不同年龄旅游者消费群体的消费心理特征（次重点）

识记：不同年龄阶段的分类

理解：儿童、少年、青年、中年和老年群体的消费心理特征

应用：结合旅游经历，分析不同年龄游客的心理特征

### （三）不同性别旅游者消费群体的消费心理特征（一般）

识记：女性消费心理特征和男性消费心理特征

理解：不同性别消费心理的差异

应用：结合旅游经历，分析不同的性别游客的心理特征

### （四）不同家庭旅游者消费群体的消费心理特征（一般）

识记：家庭生命周期的概念与分类

理解：家庭收入和家庭角色结构对旅游消费心理的影响

应用：家庭决策对旅游消费心理的影响

## 第五章 社会因素与旅游者心理

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解政治、经济、文化因素对旅游者心理的影响，理解中国传统文化对于中国旅游者行为与心理的影响。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）社会文化与旅游者心理（重点）

识记：社会文化包括的内涵

理解：社会文化对旅游者消费心理的影响；道德规范对旅游消费者心理的影响；宗教信仰对旅游消费者心理的影响；审美观念对旅游消费者心理的影响；时尚观念对旅游消费者心理的影响

应用：分析中国传统文化对旅游心理的影响

### （二）政治经济因素与旅游者心理（次重点）

识记：社会阶层的概念

理解：社会阶层与经济收入对旅游者心理的影响

## 第六章 旅游活动中旅游者的心理状况

### 一、学习目的与要求

了解旅游过程中旅游者的心理，从旅游活动开始到结束的过程中旅游者心理

的变化过程，学会分析其规律，能够运用这些方法技巧提升旅游服务质量。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）旅游者的住宿心理（重点）

识记：旅游者对客房服务的期待心理

理解：旅游者对餐厅服务的期待心理

应用：分析某一次用餐过程中的消费因素

### （二）游览后旅游者的心理（次重点）

识记：游客满意度评价

理解：游客挫折与投诉心理

应用：分析某一次旅游消费后的心理过程

### （三）旅游活动开始时旅游者的心理（次重点）

识记：旅游者对旅游活动的期待心理

理解：旅游者对旅游活动的学习心理

应用：旅游者对旅游活动的期望心理

### （四）游览中旅游者的心理（一般）

识记：旅游者的审美心理

理解：旅游者的好奇心理

应用：分析旅游者的满足心理

## 第七章 旅游服务心理

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解导游服务的方法和技巧，学习客房、餐饮等旅游服务方法，能够运用不同的服务方法满足旅游者多种心理需求。

## 二、考核知识点与考核目标

### （一）导游服务心理（重点）

识记：导游员的心理品质

理解：导游员应该具备的能力品质

应用：应用相应方法提升自身的言语品质

### （二）餐厅服务心理（次重点）

识记：旅游者对餐饮的基本服务需要

理解：运用不同的方法技巧提升餐饮服务水平

### （三）客房服务心理（一般）

识记：客房服务的心理因素

理解：客房服务的方法和技巧

### （四）售后服务心理（一般）

识记：售后服务的方法

理解：售后服务对旅游者的作用意义

## 第八章 旅游管理心理

### 一、学习目的与要求

通过本章的学习，了解个体差异与员工行为的特征，学习应用管理理论激励员工，能够处理员工冲突，提升旅游管理者自身素养。

### 二、考核知识点与考核目标

#### （一）个体差异与管理（重点）

识记：员工能力差异

理解：各类气质的差异与管理

应用：运用性格理论分析员工行为

#### （二）员工的期望、冲突与管理者的激励、沟通（次重点）

识记：员工的期望

理解：员工的冲突

应用：运用一定方法技巧激励员工

#### （三）管理者的心理品质（次重点）

识记：优秀管理者的心理品质

理解：管理者需要具备的管理技能

## 第三部分 有关说明与实施要求

### 一、考核的能力层次表述

本大纲在考核目标中，按照“识记”、“理解”、“应用”三个能力层次规定其应达到的能力层次要求。各能力层次为递进等级关系，后者必须建立在前者的基础上，其含义是：

识记：能知道有关的名词、概念、知识的含义，并能正确认识和表述，是低层次的要求。

理解：在识记的基础上，能全面把握基本概念、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，是较高层次的要求。

应用：在理解的基础上，能运用基本概念、基本原理、基本方法联系学过的多个知识点分析和解决有关的理论问题和实际问题，是最高层次的要求。

### 二、教材

#### 1. 指定教材：

旅游心理学，陈福义、田金霞，湖南大学出版社，2005 年

#### 2. 参考教材：

旅游心理学，刘纯，高等教育出版社，2011 年版

旅游心理学，杨娇、刘立梅，北京大学出版社，2014 年版

### 三、自学方法指导

1. 在开始阅读指定教材某一章之前，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. 应熟知考试大纲对课程提出的总要求和各章的知识点。
2. 应掌握各知识点要求达到的能力层次，并深刻理解对各知识点的考核目标。
3. 辅导时，应以考试大纲为依据，指定的教材为基础，不要随意增删内容，以免与大纲脱节。
4. 辅导时，应对学习方法进行指导，宜提倡“认真阅读教材，刻苦钻研教材，主动争取帮助，依靠自己学通”的方法。
5. 辅导时，要注意突出重点，对考生提出的问题，不要有问即答，要积极启发引导。
6. 注意对考生能力的培养，特别是自学能力的培养，要引导考生逐步学会独立学习，在自学过程中善于提出问题，分析问题，做出判断，解决问题。
7. 要使考生了解试题的难易与能力层次高低两者不完全是一回事，在各个能力层次中会存在着不同难度的试题。
8. 助学学时：本课程共 4 学分，建议总课时 72 学时，其中助学课时分配如下：

章 次	内 容	学 时
第一章	绪论	4
第二章	旅游者购买行为的心理过程	10
第三章	旅游者购买过程的心理活动	10
第四章	旅游者的个性消费心理特征	10
第五章	旅游消费者群体的消费心理特征	6
第六章	社会因素与旅游者心理	10
第七章	旅游活动中旅游者的心理状况	10
第八章	旅游服务心理	6
第九章	旅游管理心理	8
合 计		72

## 五、关于命题考试的若干规定

1. 本大纲各章所提到的内容和考核目标都是考试内容。试题覆盖到章，适当突出重点。
2. 试卷中对不同能力层次的试题比例大致是：“识记”为 20%、“理解”为 40%、“应用”为 40%。
3. 试题难易程度应合理：易、较易、较难、难比例为 2：3：3：2。
4. 每份试卷中，各类考核点所占比例约为：重点占 60%，次重点占 30%，一般占 10%。
5. 试题类型一般分为：单项选择题、多项选择题、填空题、名词解释题、简答题、论述题。
6. 考试采用闭卷笔试，考试时间 150 分钟，采用百分制评分，60 分合格。

## 六、题型示例（样题）

### 一、单项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的四个备选项中只有一个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂或未涂均无分。

1. “江山易改，秉性难移”，说明个性具有
- A. 整体性                      B. 独特性                      C. 稳定性                      D. 倾向性

### 二、多项选择题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

在每小题列出的五个备选项中至少有两个是符合题目要求的，请将其选出并将“答题卡”上的相应字母涂黑。错涂、多涂、少涂或未涂均无分。

1. 就旅游者的一般兴趣而言，按照不同的标准，可划分为不同的兴趣类型，按兴趣的产生可分为
- A. 生理兴趣                      B. 暂时性兴趣                      C. 心理性兴趣
- D. 直接兴趣                      E. 间接兴趣

### 三、填空题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 能力通常分为一般能力和特殊能力。观察能力属于其中\_\_\_\_\_能力。

### 四、名词解释题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 旅游产品

### 五、简答题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 对于旅游者购买行为的心理过程通常从哪些方面进行研究？

### 六、论述题（本大题共■小题，每小题■分，共■分）

1. 分析社会文化对旅游者价值观念和行为准则的影响。