**广东省高等教育自学考试《旅游心理学》课程考试大纲**

**（课程代码：00188）**

**Ⅰ 课程性质与课程目标**

**一、课程性质与特点**

旅游心理学是以旅游者和旅游业从业人员为其研究对象，研究旅游活动中人的心理和行为规律的一门应用性基础学科。通过学习旅游心理学，能很好地掌握旅游活动中人的心理与行为规律性，提高对旅游行为的预测和引导能力，特别是能运用心理学的基本原理和方法，在对人的旅游行为准确预测的基础上，采取相应的措施和办法，来引导人们的行为朝着有利于旅游业健康发展的方向发展。

**二、课程目标与基本要求**

课程目标：使攻读旅游管理专业的学生认识旅游心理学在旅游业发展中的作用、地位和意义；掌握旅游心理学的基本原理与原则；掌握旅游消费心理、旅游企业管理心理以及旅游服务心理的一般规律；熟悉与了解各类旅游活动中的心理策略，运用基本原理和方法分析旅游活动中的各种心理现象，对人的旅游行为进行准确预测；能够采取相应的措施和办法，来引导旅游者的旅游行为，提高旅游从业人员的旅游服务与管理心理素质，为从事旅游及相关行业服务与管理工作打下坚实的理论基础。

基本要求：学习这门课程，除了认真阅读和理解教材的内容之外，要密切联系实际，注重旅游心理现象的分析，增强理论学习和应用的真实感，强调旅游心理服务技能的实用性，提高预测和引导能力；用所学的心理知识和方法解决工作实践和社会实践中的各种问题。

**三、与相关课程的联系与区别**

鉴于《旅游心理学》是一门理论性很强并兼顾实际运用的课程，要求理论学习与实践运用相结合。本课程在开设之前要求学生对旅游及旅游业运行有一定程度的了解，因而学习这门课程应具备必要的旅游学、管理学等方面的知识。

**四、课程的重点和难点**

（一）重点：知觉、学习、人格、动机、态度及潜意识这些心理学概念、马斯洛需求层次理论、求补偿心理、求解脱心理、求平衡心理、旅游消费的问题认知、旅游信息的寻求与评价、旅游消费活动、旅游消费评价、如何提高旅游吸引力、FAB营销技巧、功能服务、心理服务、赫茨伯格双因素理论、服务缺陷带来的后果、替代、补偿、合理化、宣泄等心理调节方式、三个“自我”及人际关系中三个“自我”的作用。

（二）难点：相互作用分析理论、旅游的“治疗”作用、人们如何通过旅游来满足“三求”心理、心理因素（知觉、学习、人格、动机、态度、情绪）和社会因素（文化、亚文化、社会阶层、社会群体、家庭）对旅游决策过程的影响、“围城”现象、FAB在旅游营销中的应用、“旅游经历产品”的设计、如何赢得客人的满意、根据旅游服务中的双因素理论，旅游服务人员为客人提供服务、旅游服务人员如何做好补救性服务和做好接待客人投诉的工作、旅游工作者的自我防御机制、旅游工作者的情绪调节方法。

**Ⅱ 考核目标**

本大纲在考核目标中，按照识记、领会、简单应用和综合应用四个层次规定其应达到的能力层次要求。四个能力层次是递进关系，各能力层次的含义是：

**识记：**要求考生能够对大纲各章中知识点，如“双重”服务、必要因素、魅力因素等名词的识记，对知觉理论、学习理论、人格理论、“围城”现象、旅游吸引力、旅游排斥力、旅游摩擦力等概念定义的记忆和理解。

**领会：**能对旅游心理学中相关原理、方法等正确理解，清楚这些知识点之间的联系和区别，并能做出正确的表述与解释，是较高层次要求。例如FAB法则在应用过程中容易出现的问题，以及FAB在旅游营销中的应用；三个“自我”及人际关系中三个“自我”的作用。

**简单应用：**能运用旅游心理学中的基本概念、基本原理和方法，来进行相关问题的分析，例如通过解读知觉、学习、人格、动机、态度、情绪、文化、亚文化、社会阶层、社会群体、家庭这些概念的内涵来分析心理因素和社会因素对旅游者旅游决策过程所产生的影响。

**综合应用：**在对一些重要概念、基本原理和方法熟悉和深入理解的基础行上，综合相关的知识点，分析和解决比较复杂的问题。例如基于求补偿心理、求解脱心理、求平衡心理，来解读旅游的“治疗”作用，并分析人们如何通过旅游来满足“三求”心理。

**Ⅲ 课程内容与考核要求**

第一章 心理学与旅游

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生们应当掌握“心理学与旅游者”和“心理学与旅游业”的人际交往这两个研究旅游心理学的两条思路，了解影响旅游者行为的心理因素，知晓旅游业人际交往心理对于旅游企业制定经营战略的意义，明晰相互作用分析理论的四个组成部分，最后能运用本章各种理论，来影响和改变人们的旅游行为。

**二、课程内容**

1.1 从心理学角度研究旅游消费者

1.1.1 知觉理论与旅游者的旅游行为

1.1.2 学习理论与旅游者的旅游行为

1.1.3 人格理论与旅游者的旅游行为

1.1.4 动机理论与旅游者的旅游行为

1.1.5 态度理论与旅游者的旅游行为

1.1.6 情绪理论与旅游者的旅游行为

1.1.7 潜意识理论与旅游者的旅游行为

1.2 从心理学角度研究旅游业的人际交往

1.2.1 研究旅游业人际交往心理的意义

1.2.2 从心理学角度研究旅游业人际交往的理论基础

**三、考核知识点与考核目标**

（一）从心理学角度研究旅游消费者

识记：①知觉理论；②学习理论；③人格理论；④动机理论；⑤需要层次理论；⑥态度理论；⑦情绪理论；⑧潜意识理论。

领会：①知觉的特点；②学习理论的三种学说；③人格理论的两种学说；④情绪的三种理论；⑤精神活动的三个层次；⑥人格结构的三个层次。

简单应用：①动机引发的条件；②需要层次理论；③态度转变的三个阶段；④自我防御机制。

综合应用：①各心理学理论与旅游行为之间的关系。

（二）从心理学角度研究旅游业的人际交往

识记：①研究旅游业人际交往心理的意义（三个提高）。

领会：①相互作用分析理论。

简单应用：①结构分析；②交往分析；③游戏分析；④脚本分析。

综合应用：①如何在旅游业中利用心理学与人打交道；②制定旅游企业经营战略；③提高服务质量、提高管理水平、提高人员素质。

**四、本章重点及难点**

（一）重点：知觉、学习、人格、动机、态度及潜意识这些心理学概念、马斯洛需求层次理论。

（二）难点：相互作用分析理论。

第二章 旅游者的“三求”心理

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应当掌握旅游者如何通过旅游来寻求补偿、解脱和平衡，了解人们在日常生活中所缺少的是什么，多余的是什么，从而深入理解旅游者的“三求”心理和各种旅游现象。

**二、课程内容**

2.1 旅游者的求补偿心理

2.1.1 通过旅游来寻求新鲜感的补偿

2.1.2 通过旅游来寻求亲切感的补偿

2.1.3 通过旅游来寻求自豪感的补偿

2.2 旅游者的求解脱心理

2.2.1 旅游是一种“被迫”的行为

2.2.2 旅游具有“治疗”作用

2.3 旅游者的求平衡心理

2.3.1 求安、求稳与求新、求变

2.3.2 在矛盾中求平衡

**三、考核知识点与考核目标**

（一）旅游者的求补偿心理

识记：①求补偿心理。

领会：①新鲜感；②亲切感；③自豪感。

简单应用：①旅游者如何通过旅游，来使自己在日常生活中寻找到满足感。

综合应用：①如何根据旅游者的求补偿心理设计旅游产品。

（二）旅游者的求解脱心理

识记：①求解脱心理。

领会：①旅游是“被迫”行为；②旅游的“治疗”作用。

简单应用：①旅游者如何借助旅游，从日常生活的精神压力中解脱出来。

综合应用：①如何根据旅游者的求平衡心理设计旅游产品。

（三）旅游者的求平衡心理

识记：①求平衡心理；②矛盾心理。

领会：①求安；②求稳；③求新；④求变；⑤矛盾的追求；⑥矛盾的体验。

简单应用：①旅游者如何通过旅游来纠正日常生活中的“失衡”，并保持必要的“平衡”。

综合应用：①如何根据旅游者的求平衡心理设计旅游产品。

**四、本章重点难点**

（一）重点：求补偿心理、求解脱心理、求平衡心理。

（二）难点：旅游的“治疗”作用、人们如何通过旅游来满足“三求”心理。

第三章 旅游者消费心理

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应当掌握旅游者消费决策的问题解决模型，了解心理因素对旅游消费行为的影响，知晓社会因素对旅游消费行为的影响，具备运用所学的动机理论激发旅游者消费行为的能力。

**二、课程内容**

3.1 旅游者的消费决策过程

3.1.1 旅游者的消费决策的类型与决策过程中的角色

3.1.2 旅游者的消费决策过程

3.2 影响旅游消费的心理因素

3.2.1 知觉

3.2.2 学习

3.2.3 人格

3.2.4 动机

3.2.5 态度

3.2.6 情绪

3.3 影响旅游消费的社会因素

3.3.1 文化

3.3.2 亚文化

3.3.3 社会阶层

3.3.4 社会群体

3.3.5 家庭

**三、考核知识点与考核目标**

（一）旅游者的消费决策过程

识记：①消费决策的类型；②消费决策过程。

领会：①冲动型；②理智型；③旅游者消费计划；④旅游期望。

简单应用：①旅游消费的问题认知；②旅游信息的寻求与评价；③旅游消费评价。

综合应用：①激发旅游者对现状的不满和对旅游的渴望。

（二）影响旅游消费的心理因素

识记：①知觉；②学习；③人格；④动机；⑤态度；⑥情绪。

领会：①知觉的内容；②风险知觉的种类；③风险知觉的影响因素；④泛化与分化；⑤人格类型的两种学说；⑥旅游动机理论的两种学说；⑦旅游者情绪的特征。

简单应用：①旅游者对旅游条件的知觉；②旅游者对旅游风险的知觉；③旅游态度的改变。

综合应用：①避免风险知觉的方法；②旅游者人格类型的分析；③引发旅游消费行为的条件。

（三）影响旅游消费的社会因素

识记：①文化；②亚文化；③社会阶层；④社会群体；⑤家庭。

领会：①风俗习惯；②宗教信仰；③价值观念；④民族性格；⑤民族审美情趣；⑥地区亚文化；⑦年龄亚文化；⑧性别亚文化；⑨从众心理。

简单应用：①社会阶层的划分；②家庭旅游决策的类型。

综合应用：①社会阶层与旅游消费行为；②群体作用及带来的好处。

**四、本章重点难点**

（一）重点：旅游消费的问题认知、旅游信息的寻求与评价、旅游消费活动、旅游消费评价。

（二）难点：心理因素（知觉、学习、人格、动机、态度、情绪）和社会因素（文化、亚文化、社会阶层、社会群体、家庭）对旅游决策过程的影响。

第四章 旅游产品与营销

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应当掌握旅游产品的特性、熟知设计“旅游经历”产品的方法，了解FAB营销技巧，并运用所学方法解决实际问题。

**二、课程内容**

4.1 旅游产品是什么

4.1.1 旅游企业向旅游者提供什么

4.1.2 旅游中的“围城”现象

4.1.3 关于旅游吸引力的问题

4.2 “旅游经历”产品的设计

4.2.1 现代旅游的两种方式

4.2.2 如何设计“旅游经历”产品

4.3 FAB营销技巧

4.3.1 FAB法则

4.3.2 采用FAB法则容易出现的问题

4.3.3 FAB法则在旅游营销中的应用

**三、考核知识点与考核目标**

（一）旅游产品是什么

识记：①旅游产品；②旅游服务。

领会：①“围城”现象；②旅游吸引力；③旅游排斥力；④旅游摩擦力。

简单应用：①旅游吸引力的特性。

综合应用：①如何判断某地是否具有旅游吸引力；②如何提高旅游吸引力。

（二）“旅游经历”产品的设计

识记：①现代旅游；②旅游产品。

领会：①现代旅游的两种方式。

简单应用：①“旅游经历”产品设计的七个步骤。

综合应用：①用“经历”来解释旅游产品；②从心理学角度理解并设计“旅游经历”产品。

（三）FAB营销技巧

识记：①FAB法则的内涵。

领会：①FAB应用过程中容易出现的问题。

简单应用：①FAB在旅游营销中的应用。

综合应用：①如何使用FAB法则打动客人。

**四、本章重点难点**

（一）重点：如何提高旅游吸引力、FAB营销技巧。

（二）难点：“围城”现象、FAB在旅游营销中的应用、“旅游经历产品”的设计。

第五章 旅游服务中的“双重”服务

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应当掌握人际交往的双重性和旅游服务的双重性，了解如何从功能服务和心理服务两个方面赢得客人的满意。

**二、课程内容**

5.1 “双重”服务概述

5.1.1 “双重”服务的概念

5.1.2 人际交往的双重性

5.1.3 旅游服务的双重性

5.2 心理服务的要诀之一——让客人觉得你和蔼可亲

5.2.1 对客人态度谦恭

5.2.2 有效运用有声语言与无声语言

5.2.3 具有敏锐的洞察力

5.3 心理服务的要诀之二——做客人的一面“镜子”

5.3.1 人际交往中的“镜子”作用

5.3.2 “扬客人之长”和“隐客人之短”

**三、考核知识点与考核目标**

（一）“双重”服务概述

识记：①“双重”服务的概念。

领会：①人际交往的双重性；②旅游服务的双重性。

简单应用：①提供心理服务的要诀。

综合应用：①如何为游客提供优质的功能服务和心理服务。

（二）心理服务的要诀

识记：①心理服务的要诀：让客人觉得你和蔼可亲；②做客人的一面“镜子”。

领会：①态度谦恭；②有声语言；③无声语言；④洞察力；⑤扬长避短。

简单应用：①让客人觉得你和蔼可亲的方法；②做客人的一面“镜子”的方法。

综合应用：①旅游服务人员如何提高自己的“表现能力”。

**四、本章重点难点**

（一）重点：功能服务、心理服务。

（二）难点：如何赢得客人的满意。

第六章 旅游服务的双因素

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应当掌握赫茨伯格的双因素理论和旅游服务的双因素、熟悉六种体现对客人特别关照的方法。

**二、课程内容**

6.1 必要因素和魅力因素

6.1.1 赫茨伯格的双因素理论

6.1.2 “少了它就不行”和“有了它才更好”

6.1.3 共性因素和个性因素

6.1.4 “避免不满意”的因素和“赢得满意”的因素

6.2 心理服务的双因素

6.2.1 “一视同仁”与“特别关照”

6.2.2 “一视同仁”与“特别关照”相结合

6.3 如何体现出对客人的特别关照

6.3.1 提供“分外”服务

6.3.2 提供特殊服务

6.3.3 提供有针对性的服务

6.3.4 “时刻准备着”

6.3.5 “不言自明、心神领会”

6.3.6 讲究语言艺术

**三、考核知识点与考核目标**

（一）必要因素和魅力因素

识记：①赫茨伯格双因素理论。

领会：①必要因素；②魅力因素；③共性因素；④个性因素。

简单应用：①客人对服务的评价。

综合应用：①根据旅游服务中的双因素理论，旅游服务人员为客人提供服务。

（二）心理服务的双因素

识记：①“一视同仁”是心理服务的必要因素；②服务中“特别关照”的含义。

领会：①“特别关照”是心理服务的魅力因素。

简单应用：①提供标准化的服务；②提供“突出个人”的服务。

综合应用：①旅游服务人员在服务工作中如何做到既坚持“一视同仁”，又体现“特别关照”。

（三）如何体现对客人的特别关照

识记：①“分外”服务、特殊服务；②针对性服务。

领会：①“时刻准备着”；②“不言自明、心神领会”；③语言艺术。

简单应用：①关注客人遇到的特殊的“好事”或麻烦；②发现客人的特点；③关注小事。

综合应用：①在旅游服务中体现对客人的特别关照。

**四、本章重点难点**

（一）重点：赫茨伯格双因素理论。

（二）难点：根据旅游服务中的双因素理论，旅游服务人员为客人提供服务。

第七章 旅游服务的缺陷与补救

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，面对旅游服务缺陷，学生应当掌握补救性服务的各种措施，明确接待客人投诉的四个步骤，要清楚在服务工作中，无论是由于主观还是客观原因造成了纰漏，出现了使客人不满意的缺陷时，旅游服务人员必须尽一切努力，及时从“功能”和“心理”两方面去为客人提供补救性服务，使客人的不满意变为满意。

**二、课程内容**

7.1 如果服务有缺陷

7.1.1 服务有缺陷的后果

7.1.2 客人对服务有缺陷的反应

7.1.3 提供补救性服务

7.2 要善于进行补救性服务

7.2.1 让客人得到替代或补偿性的满足

7.2.2 合理辩解

7.2.3 让客人出气

7.3 如何接待客人的投诉

7.3.1 倾听投诉人的叙述

7.3.2 立即向客人认错、道歉

7.3.3 对客人表示同情和安慰

7.3.4 找到解决问题的办法

**三、考核知识点与考核目标**

（一）如果服务有缺陷

识记：①服务缺陷会引起客人的逃避反应或攻击反应。

领会：①服务缺陷的后果。

简单应用：①理解客人面对缺陷的反应。

综合应用：①当服务有缺陷时，旅游服务人员必须尽一切努力为客人提供补救性服务，变客人不满意为满意。

（二）要善于进行补救性服务

识记：①替代；②补偿；③合理化；④宣泄等心理调节方式是提供补救性服务的心理学依据。

领会：①接待客人的投诉是补救性服务的一个重要环节。

简单应用：①提供替代满足；②提供补偿服务；③引导客人往好处想；④取得客人原谅；⑤让客人出气。

综合应用：①从心理学角度理解“挫折反应”作为补救性服务的依据。

1. 如何接待客人的投诉

识记：①接待客人投诉的几个步骤：倾听投诉人的叙述，立即向客人认错、道歉，对客人表示同情和安慰，找到解决问题的方法。

领会：①接待客人投诉的意义。

简单应用：①接待客人投诉是补救性服务的重要环节。

综合应用：①旅游服务人员如何才能做好接待客人投诉的工作。

**四、本章重点难点**

（一）重点：服务缺陷带来的后果、替代、补偿、合理化、宣泄等心理调节方式。

（二）难点：旅游服务人员如何做好补救性服务和做好接待客人投诉的工作。

第十一章 旅游工作者的心理素质

**一、学习目的与要求**

通过本章的学习，学生应当掌握三个自我与心理成熟的关系，明确心理健康者的特点，知晓潜意识的内容及自我整合的原则，了解旅游工作者常见的自我防御机制和情绪调节方法。

**二、课程内容**

11.1 旅游工作者的心理成熟与心理健康

11.1.1 三个自我与旅游工作者的心理成熟

11.1.2 人的基本欲望与趋避冲突

11.1.3 旅游工作者的心理健康

11.2 旅游工作者的自我整合与自我调节

11.2.1旅游工作者的自我整合

11.2.2 旅游工作者的自我调节

**三、考核知识点与考核目标**

（一）旅游工作者的心理成熟与健康

识记：①三个“自我”；②欲望；③感情；④思想；⑤思想对行为的调控作用；⑥成长。

领会：①人的三种基本欲望；②趋避冲突；③趋避冲突的表现；④趋避冲突的形成。

简单应用：①关于爱的问题；②关于人生价值的问题。

综合应用：①人际关系中三个“自我”的作用。

（二）旅游工作者的自我整合与自我调节

识记：①内心世界的两个层面；②潜意识；③“自动化”行为；④自我暗示。

领会：①自我整合的原则。

简单应用：①旅游工作者的自我防御机制。

综合应用：①旅游工作者的情绪调节方法。

**四、本章重点难点**

（一）重点：三个“自我”及人际关系中三个“自我”的作用。

（二）难点：旅游工作者的自我防御机制、旅游工作者的情绪调节方法。

**Ⅳ 关于大纲的说明与考核实施要求**

一、自学考试大纲的目的和作用

课程自学考试大纲是根据专业自学考试计划的要求，结合自学考试的特点而确定。其目的是对个人自学、社会助学和课程考试命题进行指导和规定。

课程自学考试大纲明确了课程学习的内容以及深广度，规定了课程自学考试的范围和标准。因此，它是编写自学考试教材和辅导书的依据，是社会助学组织进行自学辅导的依据，是自学者学习教材、掌握课程内容知识范围和程度的依据，也是进行自学考试命题的依据。

二、课程自学考试大纲与教材的关系

课程自学考试大纲是进行学习和考核的依据，教材是学习掌握课程知识的基本内容与范围，教材的内容是大纲所规定的课程知识和内容的扩展与发挥。

大纲与教材所体现的课程内容应基本一致；大纲里面的课程内容和考核知识点，教材里一般也要有。反过来教材里有的内容，大纲里就不一定体现。

三、自学教材

《旅游心理学》，吕勤、沈苑编著，中国人民大学出版社，2019年第3版。

本教材第8章，第9章，第10章，第12章内容，不纳入考核范围，考生可根据个人兴趣学习。

四、自学要求和自学方法的指导

本大纲的课程基本要求是依据专业考试计划和专业培养目标而确定的。课程基本要求还明确了课程的基本内容，以及对基本内容掌握的程度。基本要求中的知识点构成了课程内容的主体部分。因此，课程基本内容掌握程度、课程考核知识点是高等教育自学考试考核的主要内容。为有效地指导个人自学和社会助学，本大纲已指明了课程的重点和难点，在章节的基本要求中一般也指明了章节内容的重点和难点。

本课程共4学分。

根据学习对象在职业余自学的情况可自行合理安排学习时间以及选择有效的学习方法，下面有几点学习方法可供参考：

（一）系统学习、深入重点

学生首先应系统地学习各章内容，掌握要求识记的概念，深入理解和掌握基本理论和基本方法，在此基础上深入知识点，掌握重点。

（二）科学学习方法，明确相关概念、方法之间的关系

考试前梳理已经学习过的内容，搞清楚一些基本概念、理论及方法之间的关系，便于记忆、加深理解。例如第一章，首先要明确知觉、学习、人格、动机、需要、态度、情绪、潜意识的含义，搞清楚他们分别对应的学说和理论，才能更好的理解其对应的旅游者的行为特征。

（三）深入理解教材例题，注意理论与实践相结合

旅游心理学虽涉及较多繁杂的理论知识，但对应的方法操作性强，学生应对教材中的例题深入理解。例如第七章旅游服务的缺陷与补救和第十一章旅游工作者的心理素质讲到的内容就对实践具有很强的指导作用，学生应理解其中的例题，如“举例说明旅游服务人员可以采取哪些措施为客人提供补救性服务”和“举例说明如何运用形象和联想控制法、动作和姿态矫正法来调节情绪”，这样可以很好地做到学以致用，从而提高分析问题和解决问题的能力。

五、对社会助学的要求

本课程的重点章节是第一、三、四章，建议用30个学时进行学习；次重点是第二、五、六章，建议用24个学时进行学习；一般章节是第七、十一章，建议用10个学时进行学习，在助学活动中应注意正确引导、把握好助学方向，正确处理学习知识和提高能力的关系。建议如下：

（一）帮助自学者梳理重点和一般内容之间的关系

助学者在辅导时应帮助自学者梳理重点内容和一般内容之间的关系，在他们全面掌握全部考试内容的基础上，深入理解马斯洛需求层次理论、求补偿心理、求解脱心理、求平衡心理、旅游消费的问题认知、旅游信息的寻求与评价、旅游消费活动、旅游消费评价等重点内容，注意本课程相互作用分析理论、FAB营销技巧、赫茨伯格双因素理论等内容的应用。

（二）注意培养自学者应用知识的能力

旅游心理学理论方法的应用性比较强，助学者应帮助自学者了解知觉、学习、人格、动机、态度及潜意识这些心理学概念等基础知识和相关计算、分析和评价方法的应用，适当增加一些例解培养自学者对方法应用的兴趣，深入理解基础理论，提高他们的分析应用能力。

（三）建议每学分16个助学学时。

六、对考核内容的说明

（一）本课程要求考生学习和掌握的知识点内容都作为考核的内容。课程中各章的内容均由若干知识点组成，在自学考试中成为考核知识点。因此，课程自学考试大纲中所规定的考试内容是以分解为考核知识点的方式给出的。由于各知识点在课程中的地位、作用以及知识自身的特点不同，自学考试将对各知识点分别按四个认知（或叫能力）层次确定其考核要求。

（二）在考试之日起6个月前，由全国人民代表大会和国务院颁布或修订的法律、法规都将列入相应课程的考试范围。凡大纲、教材内容与现行法律、法规不符的，应以现行法律法规为准。命题时也会对我国经济建设和科技文化发展的重大方针政策的变化予以体现。

七、关于考试命题的若干规定

（一）本课程考试为闭卷笔试。按百分制记分,60 分为及格。考试时间150分钟。

（二）本大纲涉及章所规定的基本要求、知识点及知识点下的知识细目，都属于考核的内容。要注意突出课程的重点、章节重点，加大重点内容的覆盖度。

（三）命题不应有超出大纲中考核知识点范围的题，考核目标不得高于大纲中所规定的相应的最高能力层次要求。命题应着重考核自学者对基本概念、基本知识和基本理论是否了解或掌握，对基本方法是否会用或熟练。不应出与基本要求不符的偏题或怪题。

（四）本课程在试卷中对不同能力层次要求的分数比例大致为：识记占20%，领会占30%，简单应用占30%，综合应用占20%。

（五）要合理安排试题的难易程度，试题的难度可分为：易、较易、较难和难四个等级。每份试卷中不同难度试题的分数比例一般为：2:3:3:2。

（六）课程考试命题的题型一般有单项选择题、名词解释题、简答题、论述题四种题型。在命题工作中必须按照本课程大纲中所规定的题型命制，考试试卷使用的题型可以略少，但不能超出本课程对题型规定。

**附录：题型举例**

**一、单项选择题**

（1）“大五”人格因素说由谁提出（）

A.巴普洛夫

B.卡特尔

C.斯金纳

D.马斯洛

（2）关于FAB法则说法错误的是（）

A.属性

B.作用

C.产品

D.利益

**二、名词解释题**

（1）知觉理论

（2）“围城”现象

**三、简答题**

（1）简述赫茨伯格的双因素理论

（2）简述态度改变的三个阶段

**四、论述题**

（1）当人们面临焦虑的时候，各种自我防御机制能够起到什么样的作用？哪种自我防御机制是具有建设性的？

（2）为什么说旅游服务人员应该成为客人的一面“镜子”？请举例说明怎样做客人的一面“镜子”。