# 旅游心理学本科（大全）

来源：网络 作者：风起云涌 更新时间：2025-03-14

*第一篇：旅游心理学本科（大全）2024-2024学年第二学期旅游心理学结课作业作业一：没有在课堂中进行“心理学小品情景剧”表演的小组，自行课下拍摄各组情景剧视频，以班为单位交视频作业。作业二：按照小品情景剧分组，每组设计2个旅游心理学实验...*

**第一篇：旅游心理学本科（大全）**

2024-2024学年第二学期旅游心理学结课作业

作业一：

没有在课堂中进行“心理学小品情景剧”表演的小组，自行课下拍摄各组情景剧视频，以班为单位交视频作业。

作业二：

按照小品情景剧分组，每组设计2个旅游心理学实验（包括心理学游戏、心理学测试等）。

具体要求：

（一）主题必须与本课程的教学宗旨和相关要求相符；

（二）具有可操作性；

（三）请各组之间协商，尽量不要出现重复；

作业三：

题目范围是：“结合旅游心理学课程，谈谈我的心得体会和意见建议”。具体要求：

（一）文责自负；

（二）主题必须与本课程的教学宗旨和相关要求相符；

（三）结合课堂上讲授的内容，发表你对旅游心理学的个人见解：不求专业，但求真诚—具体要求重申如下：

1）最好能有批判有据的一己之见；

2）说自己的话，有话则长，无话则短，言之成理；

3）但凡引用，哪怕是口头意见，也必须注明出处；

4）字数至少在1500字以上。

时间：结课作业第十九周周一由班长收齐，由班长统一交予授课教师。

诸位的结课成绩权重根据教务处的具体规定执行。

2024年5月

**第二篇：旅游心理学**

李静的气质类型和性格特点

11旅（2）吴敏学号：201102514411

5李静的气质类型主要是属于多血质的，同时，还混有一部分的胆汁质。

从从业道路来看，李静符合多血质敢于拼搏、思维敏捷、聪慧过人的特点。

敢于拼搏

从河北师大手风琴专业毕业后，李静原是被分到张家口电视台做编辑，后来又进了主持人队伍，并一路闯进了北京电视台，直至打入央视，主持《欢聚一堂》《周末大回旋》《精彩十分》等节目。1999年，“不安分”的心让李静蠢蠢欲动。她决定从央视辞职，创造一个属于自己的节目。刚好此时遇到了“末路狂花”前歌手戴军，两个壮志成城的人找了一群铁了心要干电视的年轻人，租了间平房，成立东方风行传媒文化有限公司，旋即开始了艰难的创业之旅。他们首先将目光投向了明星的生活“糗事”，并给栏目取了个有趣的名字“小鸡捉老鹰”，也就是《超级访问》的前身。

然而“故事”还没有结束。《超级访问》成功了，有人又“激将”她，有本事做做普通人的故事，也弄个不错的收视率。没想到李静还真接了招儿，开始运作新栏目《情感方程式》。这的确是一个很大的挑战。亲朋好友都建议李静安安分分就好，不要太冒险了。但是反对声越多，李静反倒越执著：“凭什么崔永元能找到说实话的人，我就不行？”凭着这股劲儿和不懈的努力，最终李静用《情感方程式》节目的成功证明了自己的实力。

一面是提问刁钻鬼马的知名主持人，一面是游刃于镜头闪光灯前的时尚达人；一手卖电视节目，一手做电子商务，在外人看来，这是很困难很具有挑战性的事情！我们旁人都不禁想：李静身上还有多少未知的潜能？未来她还要带给我们什么样的惊喜？身兼主持人、制片人、老板、妈妈多重身份的李静,随着新书《美丽俏佳人》的推出，又多了一个头衔：作家。不难看出，此书又是节目的一个衍生品。将有限的资源发挥到极致，这是商人李静的过人之处。但归根到底都是她敢于拼搏的精神才使所有的可能性最终成为事实。

思维敏捷、聪慧过人

刚开始做《超级访问》，发掘明星们的“独家新闻”的确令人头疼。然而，李静并没有就此放弃，竟请来一位派出所所长专门给编导们上了一堂课，这招还很灵，节目组里真就出了不少“神探”。围绕一位嘉宾，他们掘地三尺总能想办法找出至少20位与之相关的朋友家人，搜集线索，对嘉宾进行细致入微的全方位“轰炸”。后来这事儿传了出去，朋友们都调侃说李静这是“不择手段”，事实上，这正是李静思维敏捷、聪慧过人最好的见！

从李静今天在商界的成绩看，谁也不会想到她曾经是个连“毛利率”等财务数据是什么都不知道的人。聪明的人不是没有弱点，而是用于面对并善于克服自己的弱点。刚开始的时候，李静对商业一窍不通。为了增进对商业的了解，2024年初，李静勇敢地只身前往参加了亚布力中国企业家论坛。亚布力中国企业家论坛是商界的一个重大活动，而且参加论坛的又大都是男性，李静不免有点发怵。但是对于克服恐惧，李静有自己的一套办法。“我强迫自己忘记主持人身份，就当这是一次聚会！”很快，她发现他们谈论的东西并没有事先想象中那么难懂，她和冯仑聊天，和投资商探讨，甚至向经济学家请教。她还壮着胆子上台演讲，题目是关于服务外包。她从女人购物体验的角度谈物流的发展空间，让一群男人叫好。她依然不是个地道的生意人，但是她了解女人、研究人性。李静的聪明在与善于发掘并充分利用自己的优点，弱化自己的缺点，一步步完善自己！

从主持节目中的表现来看，李静符合多血质活泼好动、善于与人交往的特点。

活泼好动、善于与人交往

李静能言善辩，最擅长的就是察言观色和与人交往。在她主持的《非常静距离》节目中，若嘉宾属于沉默寡言一类的，李静就耐心引导，通过自己的语言功底和主持能力把嘉宾带动起来，把场面热起来；若嘉宾属于滔滔不绝口若悬河一类的，李静就微笑着认真地听，适时给出一句精彩的点评或承上启下的话。乐嘉做客《非常静距离》那一期节目就充分了李静的这一特点。乐嘉，中国色彩研究中心创办人，畅销书作家，同时也是大型生活服务类交友节目《非常勿扰》的主持人。两个都是能说会道的人，如果李静此时再滔滔不绝地和乐嘉聊天、辩解，节目肯定能难正常进行。但是，李静并没有这么做，她一改常态，变身成一个认真的聆听者，在乐嘉乐此不疲地讲解他的性格色彩学的时候，李静表现得极有兴趣，还大方地分享自己家和大黄的趣事，让乐嘉录节目的过程很舒服。李静情绪丰富而且外露，喜怒哀乐皆形于色，她那表情丰富的脸折射出她的丰富的内心世界。她的脸上经常挂着笑脸，富有朝气，很具有感染力。而且她的主持风格特立独行、率真、俏皮。在节目上她笑着说，“如果我跟乐嘉在后台，肯定是用互相攻击来作为生活乐趣的！”而节目过程中虽然李静多次按捺不住打断乐嘉的讲话，让乐嘉很是“懊恼”，但乐嘉还是说“但我不会介你的意，因为我还蛮喜欢你的。”能够让对方不介意你的一些缺点而还会去欣赏你、喜欢你，这就是李静的强大的性格魅力和交际能力。

从毛戈平发布任务的那期《赢在中国》来看，李静符合胆汁质精力旺盛，争强好斗，做事勇敢果断，同时热情直率、朴实真诚的特点。

精力旺盛，争强好斗，做事勇敢果断

在那一期《赢在中国》上，李静担任执行队长一职。电视画面的剪切让这样的对比更加明显：任务发布下来后，由于连续几场的拼搏，由汪小菲领导的碧水队士气低迷、疲惫不堪，两个小时过去了仍然在创意表达上举棋不定；而李静领导下的蓝天对却在摄影棚里谈笑风生、神采奕奕，这体现李静在做事情时候的精力充沛，斗志旺盛。在节目进行中我们经常听到李静说的话是“我们赢定了”、“只要你想做，没有什么不可能”，可以看出李静的求胜心是很强的。而作为执行队长，在讨论品牌定位的时候，她要是不同意别人的观点，她就直接否决说“不”、“这是不对的”或者说“我就特别不喜欢这个”。制作品牌广告语时，李静更是大胆地采用了“彩妆大师，定制你的美丽”这句急中生智的话。这些都体现了李静做事勇敢果断。

热情直率、朴实真诚

在讨论品牌定位时，虽然李静不断否定队友提出来的想法，但是她绝对不是因为觉得自己在彩妆方面比其他人专业而任意妄为的，这从她提出自己的观点同时征求队友意见上可以看出来。你有观点你可以提出，我不同意就直接告诉你，同时我也会提出我的观点，你也可以表达对我的看法。李静作为执行队长所体现出来的热情直率让讨论的现场热情四射、思维的喷泉不断涌发。另外，李静说的“我给他（指毛戈平，下句同）一个迎合他的东西，我觉得我赢的是可耻的”、“我帮助他，给他一个好的东西”这些话，也让我们感受到尽管李静只是在做节目，但她却是认真的，朴实真诚的，她当下就是把毛戈平的品牌当成是自己的品牌在做，不遗余力。

李静的性格主要是属于外向型、意志型、社会型的。

作为一名出色的节目主持人，李静是外向型的。节目主持人要求有很强的沟通能力，要和很多人打交道，李静过之而无不及。节目上，她和不同类型的人都能聊得来，活动能力强，能灵活地应对各种突发状况。事物都是相辅相成的，正如上面提到的李静活泼好动、善于与人交往、热情直率、朴实真诚的气质特点，让李静外向型的性格特点更加突出。

作为一名成功的商界女强人，李静是意志型的。李静在创业的道路上遇到过大大小小不同的困难，没有坚定的意志是扛不过来的。她的行动目标明确，决策果敢，做每件事都十分坚定，而且敢于拼搏，积极主动地挑战困难、战胜困难，为自己想要的不懈奋斗，她是意志型的典型代表。

作为一名公众人物，李静是社会型的。购物袋风潮的兴起让无数人开始关注环保，意识到环保的重要性，甚至一些人会把环保当做一种时尚。他们不惜拿出很多时间去排长队只为能够买到一个购物袋。李静为此感触很深，她开始意识到其实环保也可以很时尚，所以她开始把这种概念加入到自己的节目中，希望有更多的人能够通过自己的节目慢慢养成很环保的消费习惯。要美丽更要环保对于很多爱漂亮的女性来说，妆品是她们生活中必不可少的。选择什么样的化妆品不仅对于她们来说很重要，这也是一个值得重视的环保问题。李静认为化妆品的趋势有一个很不好的风气叫奢华包装，中国处于一种炫耀消费中，她对此是特别不提倡的，她认为这并不是时尚，时尚是和环保密不可分的。当然，她绝不只是说说而已，她还付诸了行动。她收集了大量化妆品瓶子，请设计师用这些瓶子做成了一只漂亮的水晶高跟鞋。因为她觉得高跟鞋是个女性的象征，所以特别希望通过这只水晶高跟鞋告诉女性朋友：爱美但不要有罪。呼吁大家要为地球减重，拒绝

奢华包装，要尽量去买那种可回收可降解的瓶子。因为有时候人们为了单纯追求瓶子漂亮而对地球造成了负担，那样我们会在自己美丽的同时，给地球带来负担。她认为这种美是有代价的。

除了关注自己彩妆品牌的社会价值，李静也以爱社会和关心他人为自我实现的目标，并有志于从事社会公益事物。李静除了自己认领收养流浪狗外，还带动很多朋友一起来照顾这些小动物、。同时，李静参加了很多慈善活动，如为幸福工程献唱《牵着你的手》；加入“嫣然天使基金”明星志愿者，在京接待三位北川受伤儿童进行进一步治疗；汶川地震期间和工作人员携带部分物资奔赴灾区绵阳探望那里的孩子们，关注灾后儿童的心灵重建；参加一路有你——中国扶贫基金会慈善晚会；发起植树活动，为公益不惜“折腰”等等。在这一系列公益活动中，李静很好地实现了自己的社会价值。

**第三篇：旅游心理学**

一、旅游心理学的研究对象主要7个方面：p4

1、旅游者心理

2、旅游工作者心理

3、旅游服务心理

4、旅游管理心理

5、旅游地居民心理

6、旅游活动中的人际关系

7、旅游资源开发及设施中的心理学问题

二、旅游心理学的研究范围：p5 旅游心理学以旅游者、旅游工作者和旅游地居民在旅游活动中的心理和行为现象、旅游客体对旅游心理的影响等作为研究范围。

三：旅游心理学的研究方法：观察法、访谈调查法、问卷调查法、测验法 1.按需要的起源，可分为自然需要和社会需要

（1）自然（生理）需要：是人类对维持生命和繁衍后代的必要条件的需要。饮食、运动、睡眠、阳光、空气、排泄、御寒等；（2）社会（心理）需要：人类在一定的社会环境中，对劳动、知识、社会道德、审美、宗

教信仰、成就、尊重、娱乐享受、人际交往等方面的需要。2.按需要的对象，可分为物质需要和精神需要

（1）物质需要：人们对物质和物质产品的需要。如吃住行有关的物品，工具和日常生活用品。

（2）精神需要：人们对精神生活和精神产品的需要。如知识、文化艺术、审美道德。需要的概念：需要是当个体感到某种缺乏时力求获得满足的欲望。需要的特征：对象性、社会性、周期性、差异性、发展性p30 马斯洛需要层次：生理需要、安全需要、归属和爱的需要、尊重的需要、自我实现需要p31 单一性需要：认为人们几乎总是寻求平衡、和谐、相同、没有冲突和可预见性，亦即人们的需要是单一性需要。p33 复杂性需要：复杂需要是指人们对新奇、出乎意料、变化和不可预见性事物的向往和追求。单一性和复杂性的平衡:人类离不开单一性和多样性，总是在单一性中寻找复杂性，单一性过多，易产生疲倦，多样性过多, 又会产生恐惧需要单一性来平衡。P34 动机:就是发动和维持人的活动，并使活动指向一定目的的心理倾向。是个体发动和维持其旅游行动的一种能动心理现象。

旅游动机:是指推动人们进行旅游活动，并使人处于积极状态以达到一定目标的动力。动机产生的两个条件：p37

1、个体的内在条件——旅游需要（健康、文化、交际、寻友、求知、追宗归祖、生理、安全、社交、尊重等需要）；

2、外在条件——刺激（人文景观、自然景观、旅游交通饭店、旅行社、时间条件、经济条件、个人社交环境、个人的经济状况、社会政治环境其他条件）。旅游动机的种类p37 1.根据动机形成的原因，分为“内在需求”（心理类）和“外在刺激”（目标类）

心理类旅游动机---旅游推力

目标类旅游动机---旅游拉力 2.根据动机在活动中起的作用，分为主导性动机和辅助性动机

感觉：是人脑对当前客观事物的个别属性的直接反映。视觉、听觉、嗅觉、味觉、触觉 知觉：是人脑对当前客观实物的整体的反映，但不是感觉的简单相加。

感觉和知觉的区别：个别和整体；相同的客观刺激有相同的感觉，但知觉在很大程度上受态度、知识经验等主观因素影响，而产生的知觉映象有所不同。感觉和知觉的区别

个别和整体；相同的客观刺激有相同的感觉，但知觉在很大程度上受态度、知识经验等主观因素影响，而产生的知觉映象有所不同。

知觉的特性 ：1.选择性：是指知觉在一定的时间内并不感受所有的刺激，而仅指向能够引起注意的少数刺激。

2、整体性（组织性）：是指旅游者在对旅游刺激进行选择时，并非零乱无系统的，而是倾向于把它们组织成一个整体。“100-1＝0原则：接近原则、相似原则、封闭原则

3.解释性：人们在知觉当前事物时，总是根据已有的知识经验去理解它，并用词语把它标识出来。言语的指导作用；实践活动任务

4.恒常性：是指当知觉的条件在一定范围内发生改变时，知觉的印象仍然保持相对不变。旅游知觉的心理定势：是指人在认识特定对象时的心理准备状态，即心理上的特定趋势，容易使人根据以往的经验习惯来感知事物p52 主要有4种：

1、刻板印象——以群代个

2、首次效应——第一印象

3、晕轮效应——以点代面

4、经验效应

社会知觉：又称社会认知，即个体对他人、群体（人际知觉）以及对自己的知觉。P54 1.对个人的知觉 表情认知（面部表情、言语表情、身段表情）;性格认知;角色认知 2.对人际关系的知觉:空间因素、交往频率、类似性因素 3.自我知觉

4.错觉（拓展内容）

错觉:是指把实际存在的事物被歪曲地感知为与实际事物完全不相符的事物 错觉可以发生在视觉方面，也可以发生在其他知觉方面。

错觉形成的原因：客观刺激物的变化;人的生理因素 旅游者对旅游条件的知觉

1、对时间的知觉:（1）旅途要快（2）游览要慢（3）一切活动要准时

2、对旅游距离的知觉

（1）距离的阻力作用：距离会使旅游者支付时间、金钱、体力、生活方面的代价

（2）距离的激励作用：针对旅游目的地，可获得生理和心理的满足，因为距离可产生一种神秘感。

3.对旅游交通的知觉

（1）旅游者对航空公司的知觉：航班的起降时间、中间着陆次数；飞机的安全和舒适性能价格；乘务员的服务态度

（2）对大型游览车的知觉

（3）对游船的知觉

（4）对旅游列车的知觉

4、旅游者对旅游地（景观）的知觉：广义的旅游活动由旅游决策、旅游准备、旅游消费和旅游效果评价四个行为过程构成。影响旅游者知觉的旅游地因素：（1）旅游景观的吸引力要素

（2）旅游地的可进入性

（3）旅游设施的定位

（4）功能性服务和情感性服务

学习：是一种经由练习使个体在行为上产生较为持久改变的历程。1.学习是以行为（行为潜能）的改变为标志 2.学习引起的行为变化是相对持久的 3.学习是由练习或经验引起的 低碳旅游：顾名思义，即是一种降低“碳”的旅游，也就是在旅游活动中，旅游者尽量降低二氧化碳排放量。即以低能耗、低污染为基础的绿色旅行，倡导在旅行中尽量减少碳足迹与二氧化碳的排放，也是环保旅游的深层次表现。主要来源于交通特别是空中飞行、住宿以及主题公园娱乐、滑雪等旅游活动

旅游企业低碳旅游：

1、利用新能源新材料，运用节能节水减排技术

2、合理确定景区游客容量

3、绿色环保旅游企业认证

4、核心景区禁止机动车进入

5、禁止免费提供一次性日用品

6、倡导公共交通和混合动力汽车、电动车、自行车等低碳或无碳方式

觉察风险：是伴随旅游决策而同时产生的风险，又称“知觉风险”。它可以分为功能风险和心理风险。

1、功能风险 涉及旅游产品的质量和服务优劣问题。

2、心理风险 是指旅游产品和服务能否增加个人的 幸福感、优越感、地位等。觉察到风险的原因：70

1、缺乏购买经验

2、同等身份人的影响

3、不确定的购买目标

4、旅游产品推销员的影响

5、积极的和消极的结果

6、不确定的购买回报 减少觉察风险的方法：

获取更多的信息；购买名牌的产品；降低对旅游产品和服务的期望程度

什么是购买后疑虑：在决策者做出购买决策后产生的疑问状态称之为购买后的疑虑，或购买后的不协调，一般发生在旅游产品或服务被消费之后或之前。减少购买后疑虑的方法

1、选择性地接受新信息。

2、忘掉弃选对象的优点并记住其缺点，坚信自己的选择。

3、通过旅游经销人员直接与旅游者联系，如与顾客直接的、个别的交谈，可以获得重要的反馈信息，让顾客谈自己的真实感受，这样可以减少相当多购买后疑虑。获取信息学习旅游消费：

1、信息的渠道

（1）商业环境：广告、宣传和个人推销。

（2）社会环境：旅游者的亲友、同事及其他交往的人所构成的环境。

2、信息的寻觅

在旅游决策时，寻找信息的主要是以下三种人：p76

（1）满意者

（2）择优者

（3）中间型

旅游消费态度就是旅游者在旅游消费过程中所持有的对景观、服务、交通、以及人、事、物和观念等评价与行为倾向。旅游消费态度：是指人们针对某一特定的旅游活动对象，用赞成或不赞成的方式连续地表现出来的旅游消费倾向。P80 态度的构成成分: :

1、认知成分是指个人对态度对象的看法和评价（意见、观点或信念），而评价的基础就是在某一特定时刻某个人所感知的事实或信息。是态度形成的基础

2情感成分是指个人对态度对象的情绪判断，情感成分是最稳定的因素。是态度形成的核心

3、意向成分是个人对态度对象的行为反应倾向，是行为的心理准备状态。是态度的外现 态度的特性：p81

1、态度的对象性

2、态度的强度

3、态度的稳定性与可变性

4、态度的内隐性 旅游偏好是指旅游消费者趋向于某一旅游目标的一种消费心理倾向。旅游偏好的形成主要受两个因素影响：

1、态度的强度

2、所拥有的信息量和信息种类 偏好=个体获得利益的相对重要性x个体态度对象提供利益的能力 改变旅游者态度的策略：p87 1.提高旅游产品形象：软硬件方面

2.重视旅游宣传：诉诸情感

诉诸理智 3.引导参加旅游活动，激发潜在旅游动机 4.改变知觉，输送新信息

5、激发潜在动机

人格又称个性，是指个体在先天素质的基础上，在一定的社会环境中，通过一定的学习、实践（社会）活动，形成和发展起来的比较稳定的心理特征的综合。

气质：是表现在心里活动的强度、速度、灵活性等方面的一种稳定的心理特征，即我们平时所说的脾气、秉性，是先天形成的，后天很难改变，并无好坏之分，也不能决定成就。 自我意识是指对自己个人身心活动的觉察，即自己认识的一切，包括认识自己的生理状况、心理特征以及自己与他人的关系等。

加拿大著名心理学家伯恩博士认为，一个人的个性包括三个主要组成部分，即儿童自我状态、父母自我状态和成人自我状态。

1.儿童自我状态——永远长不大的孩子：缺乏约束，用感情来支配自己的行为 2.父母自我状态——家长：照章办事，用权威来支配人的行为 3.成人自我状态——懂事的成年人：用客观和理智来支配人的行为

假设你是一个旅行社人员，请针对三个自我状态，分别向（潜在）旅游者介绍你的旅游产品（选择一个目的地）

群体的含义： 群体是指在共同目标的基础上，由两个以上的人所组成的相互依存、相互作用的有机组合体。

参考群体：是指一个人在其思想、态度和信仰形成时能给他以影响的群体。

从众：个体行为不知不觉地受到群体的影响与压力，而在知觉、判断、信仰及行动上表现出与群体中多数人相一致的现象。

家庭生命周期： 即家庭的发展过程，指一个家庭从诞生开始经历不同的发展阶段，直至最后消亡的整个过程 1.青年期 2.中年期

（1）满巢期，孩子处于初中时期，取决于经济状况和对旅游态度；（2）空巢期，相对旅游欲望强烈，条件允许即去旅游。（3）已婚无子女，经济条件好 3.老年期

（1）身体好，有钱，通常喜欢在旅游中寻觅安度晚年；（2）有钱，身体不好，则不可能出门；（3）无钱，经济原因制约不可能出门。

家庭成员旅游决策的角色p106：发起者

影响者

决策者

购买者

使用者

社会阶层:是指全体社会成员按照一定等级标准划分为彼此地位相互区别的社会集团。

文化是指用来调节某一特定社会消费行为的习得的信念、价值和习惯的总和。包括一个国家或民族的历史、地理、风土人情、传统习俗、生活方式、文学艺术、行为规范、思维方式、价值观念等。

社会阶层的消费者行为差异:

1、支出模式上的差异

2、休闲活动上的差异

3、购物方式上的差异

文化的特性:共有性与独特性

无形性

民族性

借鉴性

稳定性与动态性

习得性

旅游消费服务：指旅游服务人员通过各种设施、设备、方法、手段、途径和“热情好客”的各种表现形式，在为旅客提供能够满足其生理和心理的物质和精神需要的过程。旅游服务的特点p137

1、服务行为的独立价值性

2、特殊的时间性价值及没有库存

3、标准化、规格化与个性化的统一

4、特殊的转移性

5、生产与消费的时间紧密性

6、可观察性

旅游服务：指旅游服务人员通过各种设施、设备、方法、手段、途径和“热情好客”的各种表现形式，在为旅客提供能够满足其生理和心理的物质和精神需要的过程。

客我交往:是指服务人员和客人之间沟通思想、交流感情、表达意愿、解决问题而相互影响的过程p139 旅游服务质量衡量

1.顾客的满意程度体现质量；

实际服务水平与预期服务之间的差异。2.顾客满意的价值

一、激励的来源 外在激励

物质需要

精神需要（尊重、认可、得到赞美）内在激励

（追求成长、锻炼自己，乐在其中、自我实现）绩效= f（能力，激励，机会环境）

管理学上的“激励”就是通常所说的调动人的积极性问题。

3、“期望”理论

美国心理学家弗鲁姆提出激励因素的作用取决于两个方面：（1）对激励因素所能实现的可能性大小的期望（2）激励因素对其本人的效价的大小

4、强化理论(P219)该理论是美国哈佛大学教授斯金纳在巴甫洛夫条件反射理论的基础上提出的，指能加强人的行为的一种刺激。

强化激励就是对已经表现出工作积极性的职工给予物质或精神的鼓励，从而增加工作积极性重复重现的概率——“积极强化”

四种强化手段

积极强化（正强化）消极强化（负强化）

撤除消极行为后果的方式 惩罚 消退

撤销对某种行为的积极强化，以终止或降低该行为出现的可能性

**第四篇：旅游心理学**

一、单项选择题(只有一个正确答案)【1】 患者不能自觉地控制自己一再重复的、没有任何实际意义的行为是患了（）。

A: 恐怖症 B: 焦虑神经症 C: 强迫症 D: 疑病症

答案: C 【2】 本教材作者的观点认为旅游是以（）为核心的刺激寻求需要。

A: 爱心 B: 放松 C: 发泄 D: 好奇心

答案: D 【3】 心理学是（）。

A: 自然学科 B: 人文学科 C: 边缘学科 D: 社会学科

答案: A 【4】 古代“疑邻偷斧”的传说反映出的心理规律是（）。A: 晕轮效应 B: 皮格马利翁效应 C: 心理定势 D: 第一印象

答案: C 【5】 著名的心理学家华生创立的心理学派是（）。

A: 需求分析心理学 B: 精神分析心理学 C: 行为主义心理学 D: 人本主义心理学

答案: C 【6】 让一个人去评价他人，从这种评价中可以在某种程度上看出评价者的人格特性。这种现象的依据是（）。

A: 对比效应 B: 投射作用 C: 期望效应 D: 刻板印象

答案: B 【7】 有一种说法：蛋糕落地时总是有奶油的那面先着地。请问，是（）心理学规律在起作用。

A: 晕轮效应 B: 心理定势 C: 错觉 D: 知觉的选择性

答案

: D 【8】 爱屋及乌的心理现象是（）。

A: 对比效应

B: 刻板印象 C: 投射 D: 晕轮效应

答案

: D 【9】 微弱、平静而持续一定时间的情绪体验是（）。A: 心境

B: 热情 C: 激情 D: 滥情

答案

: A 10】 下列不属于态度的构成三种成分之一的是（）。A: 意向成分

B: 思考成分 C: 情感成分 答案 D: 认知成分

: B 11】 自卑的人比自尊的人更容易打交道，这种说法（A: 是的

【

【）。B: 无关系 C: 不确定 D: 不是

答案: C 【12】 人的行为一般是（）预测的。

A: 不可以

B: 多数情况下不可以 C: 特定情况下可以 D: 多数情况下可以

答案: C 【13】 人们有这样一种倾向,总认为他人和自己是相同，这种现象被称为（）。

A: 假定相似性偏见 B: 晕轮效应 C: 期望效应 D:习惯定向

答案: A 【14】 一个人某些方面有所不足，但他会在其他方面加倍努力，力求出类拔萃，以求得心理上的平衡，这种心理的自我防卫机制属于（）。

A: 投射作用 B: 补偿作用 C: 升华作用 D: 合理化作用

答案: B 【15】 当一个人（）起主导作用时，他接人待物比较冷静，处事谨慎，尊重别人。

A: 成人自我状态

B: 儿童自我状态 C: 父母自我状态 答案 D: 伴侣自我状态

: A 【16】 心理学诞生于（）。

A: 1897年

B: 1879年 C: 1876年 答案 D: 1798年

: B 【17】 人们更容易看到自己想到的事物，这种心理现象是（A: 错觉

B: 刻板印象 C: 期望心理 D: 选择性知觉答案

: D）。【18】 动机、世界观、需要、兴趣等心理成分属于心理现象的（）方面。

A: 心理动力 B: 心理状态 C: 心理过程 D: 心理特征

答案: A 【19】 根据自我知觉理论，态度更可能是个体（）。

A: 行为前的原因 B: 行为后的理由 C: 行为的结果 D: 与行为无关的因素

答案: B 【20】 著名学者勒温认为人的行为受两大因素影响，一个是（），一个是人所处的环境。

A: 态度 B: 需求 C: 动机 D: 人格

答案: D 【21】 “南方人聪明，北方人豪爽”的说法反映出的心理规律是（）。

A: 选择性知觉 B: 错觉 C: 期望心理 D: 刻板印象

答案: D 【22】 激励水平是（）和效价的乘积。

A: 环境 B: 感受值 C: 人格 D: 期望值

答案: D 【23】 聪明人（包括受教育程度高的人）比智力低的人容易改变态度，这种说法（）。

A: 不一定 B: 相反 C: 对 D: 不对

答案: A 【24】 喜欢追新猎奇、冒险性强的旅游者是（）。

A: 无中心型 B: 时尚型 C: 他人中心型 D: 心理中心型 答案: C 【25】 理性决策相比其他决策（）最优的。

A: 没有关系 B: 不是 C: 不一定是 D: 是

答案: C

二、多项选择题

【1】 随着个人自我意识的发展，自我知觉经历着的发展阶段有（）。

A: 生理的自我 B: 社会的自我 C: 情感的自我 D: 心理的自我

答案: A B D 【2】 客人的基本心理需求有（）。

A: 方便 B: 快速 C: 安静 D: 安全

答案: A B C D 【3】 人格是一个整体，在这个整体之内包括着彼此关联且相互作用的三个部分，分别称为（）。

A: 忘我 B: 超我 C: 自我 D: 本我

答案: B C D 【4】 感觉的特性或者感觉的规律体现在（）方面。

A: 适应性 B: 对比性 C: 感受性 D: 刺激性

答案: A B C 【5】 做好导游工作的具体内容有（）。

A: 组织灵活多样富有情趣的导游活动 B: 合理安排游览活动的节奏 C: 在游览过程中讲的越多越好

D: 把游客的角色从旁观的欣赏者变成参与者

答案: A B D 【6】 旅游者的情绪特征是（）。

A: 道德感高涨 B: 解放感高涨 C: 美感高涨 D: 紧张感高涨 答案: B D 【7】 广义的旅游心理学的研究范畴包括（）。

A: 旅游开发的心理依据

B: 旅游消费心理 C: 旅游企业员工心理 D: 旅游服务心理

答案

: A B C D 【8】 根据发生的速度、强度和持续时间，情绪和情感可以划分为（A: 激情

B: 快乐 C: 心境 D: 热情

答案

: A C D 【9】 心理学的主要研究方法有（）。

A: 观察法

B: 访谈法 C: 实验法 答案 D: 测量法

: A B C D 10】 影响知觉的客观因素有（）。

A: 运动变化的对象 B: 特性强的对象

。）【 C: 反复出现的对象 D: 奇特的对象

答案: A B C D 【11】 人际交往中对人的知觉包括很多方面，其中主要的有（）。

A:.对他人表情的知觉

B: 角色知觉 C: 情绪知觉

D: 对他人性格的知觉

答案

: A B D 【12】 客人对旅行社的服务要求包括（）。A: 越便宜越好

B: 服务要求 C: 重信守诺 D: 公平合理

答案

: B C D 【13】 人际关系的功能主要有（）。

A: 心理保健功能

B: 相互作用功能 C: 求尊重功能 D: 信息沟通功能

答案

: A B D 【14】 主要的心理障碍的身体治疗方法有（）。

A: 药物疗法 B: 催眠疗法 C: 精神外科手术 D: 休克疗法

答案: A C D 【15】 影响知觉的主观因素有（）。

A: 经验 B: 情绪 C: 兴趣 D: 需要

答案: A B C D 【16】 人际关系一般可以分为（）三种关系。

A: 中性关系 B: 消极关系 C: 积极关系 D: 亲密关系

答案: A B C 【17】 旅游心理学的主要研究方法有（）。

A: 案例分析法 B: 调查法 C: 自然实验法 D: 观察法 答案: B C D 【18】 普通心理学把个人身上所发生的心理现象分成（）。

A: 心理特征 B: 心理过程 C: 心理状态 D: 心理动力

答案: A B C D 【19】 外界条件对态度改变的影响有（）。

A: 旅游者之间态度的影响 B: 性格特点 C: 团体的影响 D: 信息的作用

答案: A C D 【20】 旅游心理学的研究对象是（）。

A: 旅游购物心理 B: 旅游企业员工心理 C: 旅游服务心理 D: 旅游消费心理

答案: B C D

三、判断题

【1】 世界上有两件事情是困难的，一是改变他人，二是改变自己。A:正确: B:错误 答案: 正确

【2】 人们更容易喜欢那些喜欢自己的人，而不是喜欢优秀的人。A:正确: B:错误 答案: 正确

【3】 眼睛不会欺骗它的主人。A:正确: B:错误 答案: 错误

【4】 人的任何行为都可以找到支配它的需要和动机。A:正确: B:错误 答案: 正确

【5】 美国社会心理学家艾伯特？梅拉比认为，人与人在沟通过程中，身体语言发挥了很大的作用。

A:正确: B:错误 答案: 正确

四、名词解释 【1】 需要

答案: 需要：是个体缺乏某种东西时的一种主观状态。【2】 刻板印象

答案: 刻板印象：是社会上部分人对某类事物或人物所持有的共同的、笼统的、固定的看法和印象。【3】 期望效应

答案: 期望效应：也称为“皮格马利翁”效应。是指，在生活中人们的真心期望会变成现实的现象。【4】 超我

答案: 超我：是在人格结构中居于管制地位的最高部分，是由于个人在社会化的过程中将社会规范、道德标准、价值判断等内化之后形成的结果。【5】 人际关系

答案: 人际关系：就是人和人的心理关系、心理距离。【6】 情绪和情感

答案: 情绪和情感：是人对客观世界的一种特殊的反映形式，是人对客观事物是否符合自己需要的态度的体验。【7】 刺激寻求

答案: 刺激寻求：个体对刺激的需要性接收和主动追求、厌恶单调的现象，在心理学上称之为刺激寻求。刺激寻求分为普通刺激寻求和高级刺激寻求，前者表现为对单纯物理刺激的需要心理和寻求行为，后者则是对具有情境性意义刺激的需要心理和寻求行为。【8】 挫折

答案: 挫折：指个体从事有目的的活动，在环境中遇到障碍或干扰，使其需要和动机不能获得满足时的情绪状态。【9】 购买决策

答案: 购买决策：旅游者购买目的的确立、手段的选择和动机的取舍的过程。

【10】 好奇心 答案: 好奇心：人类和其他一些高等动物在面对新奇、陌生、怪诞或复杂刺激时所产生的一种趋近、探索和操弄，以求明白、理解和掌握的心理倾向状态。

五、简答题

【1】 简述常见的旅游者消除风险的方法。答案: 1）广泛搜集信息

2）认真比较衡量 3）寻求高价格 4）购买名牌旅游产品

【2】 简述对角色的知觉理解的几个方面。答案: 1)感情或情绪。

2)目的与动机。3)对社会的贡献。4)在社会上的地位。【3】 简述态度的特征。

答案: 对象性、社会性、内隐性、稳定性与可变性、价值性、调整性。【4】 简述马斯洛的需要层次论。答案: 1）生理需要。

2)安全需要。3)社交需要。4)尊重需要。5)自我实现的需要。【5】 简述员工心理健康标准。答案: 1)正确认识自己，接纳自己

2)能较好地适应现实环境 3)和谐的人际关系 4)合理的行为

六、论述题

【1】 影响时间知觉的因素有哪些？其在旅游上的具体影响是怎样的？

答案: 1)时间知觉是对客观现象的延续性和顺序性的反映，即对事物运动过程的先后和长短的知觉。（3分）影响人对时间估计的因素主要有以下几个： ①活动的内容。（2分）②情绪和态度。（2分）③时间标尺的利用。（2分）

2)①旅宜速，即旅行要求快速。（2分）②游宜慢，即游览活动要求放慢速度。（2分）③提供各种交通工具要准时。（2分）【2】 试述弗洛伊德人格理论，并应用解读中国人的文化心理。答案: 弗洛伊德的人格理论，主要可以分为两大主题：人格结构与人格发展。

人格结构：人格是一个整体，在这个整体之内包括着彼此关联且相互作用的三个部分，分别称为本我、自我和超我。由于这三个部分的交互作用而产生的内驱力，支配了个人所有的行为。①本我：是人格结构中最原始的部分，是遗传下来的本能。②自我：是个体在与环境的接触中由本我发展而来的人格部分。③超我：是在人格结构中居于管制地位的最高部分，是由于个人在社会化的过程中将社会规范、道德标准、价值判断等内化之后形成的结果。（5分）

精神分析理论关于人格发展有两个前提：第一，强调发展，认为成人的性格是由婴幼儿时期的各种经验塑造而成的；第二，性力是一生下来就有的、并随着个体心理的发展而发展。

①口唇期；②肛门期；③性器期；④潜伏期；⑤青春期（5分）有恋母情节倾向；口唇性格表现为注重吃；肛门性格表现为灵活、缺乏严格卫生训练。（5分）

**第五篇：旅游心理学**

旅游心理学

一、名解

1、动机

是发动和维持人的活动，并使活动指向一定目标的心理倾向。

2、知觉

是人脑对直接作用于感觉器官的客观事务的整体反应，是在感觉的基础上，把所有的信息材料加以综合整理，从而形成对事物的完整印象。

3、态度

是一个人以肯定或否定的方式估价某些抽象事物、具体事物或某些情况的心理倾向。

4、自我概念

就是对自己个人身心活动的觉察，即自己认识的一切，包括认识自己的生理状况，心理特征以及自己与他人的关系等。

5、接近原理：是指在感知各种刺激时，彼此相互接近的刺激物比彼此相隔较远的刺激物更容易组合在一起，构成知觉的对象。

6、激励

激发鼓励通过高水平的努力实现组织目标的意愿，而这种努力以能够满足个体的某些需要为条件;

激发人的动机，使人有一股内在的动力，向所期望的目标前进的内部心理活动过程； 激励是满足需要的过程。

7、认知学习

掌握一定的知识、技能和行为举止的学习。（上网查的）

8、刻板印象

是人们对于某一类事物产生比较固定的看法，也是一种概括而笼统的看法。作用：节约知觉时间、帮助旅游者决策、帮助旅游服务者知觉旅游者。

9、非正式群体

没有正式规定，以成员相互关系中明确的情绪色彩，如好感、志趣为基础构成的群体。

10、旅游心理学

是研究旅游者的心理活动现象及其相关规律的学科，解释人们为什么要外出旅游，分析影响和支配人们旅游决策的因素，说明人们是怎样做出旅游选择的、旅游服务对旅游者会产生哪些影响；同时研究有关旅游业的开发、经营管理的心理学内容以及相关的旅游服务心理。

11、个性

个性是个人在先天素质的基础上，在一定的历史条件下和社会实践活动中，形成和发展起来的比较稳定的心理特征的综合。

12、晕轮效应：也叫光环效应，指由知觉对象的某一特征推及到对象的总体特征，从而产生美化或丑化对象的心理倾向。

二、简答、论述

1、研究旅游心理学的作用

为旅游行业提供了心理学的分析框架和分析工具； 为旅游企业的旅游服务提供理论依据，有助于企业提高旅游服务质量，提高旅游消费者福利； 为旅游资源的科学开发、规划提供有效和客观的依据；

2、怎么通过改变旅游产品来改变旅游者的态度

（1）改变产品的设计：如交通工具的变化、酒店星级的变化、产品价格的变化、景区景点的设计（2）改变产品支付方式：提供网络预定与支付的便利（3）提供更好的服务（4）从业人员的服务态度：例如800电话 售后服（5）改进旅游服务网点和设施：门店的设计 1 logo 颜色 装修 网点的数量、分布，连锁经营 国际连锁酒店（6）提供时间便利:

3、距离对知觉的阻止和促进作用？P39（1）【书本】距离对旅游的阻止作用：地理学家将距离对旅游的阻止作用称为“距离的摩擦”。意思是旅游必然要付出一定的代价，包括经济上的代价，时间上的代价，机会上的代价，体力上的代价，以及人们从一地到另一地而引起的情绪上的代价。当然，这些代价本身阻碍了旅游。因为，如果人们不能从旅游中得到足以补偿这些代价的益处，旅游时不可能进行的。这些代价的摩擦作用阻碍了旅游。

【讲义】距离对旅游的阻止作用：交通费用、时间成本、个人身体状况，中国国际旅游状况（2）【书本】距离对旅游的促进作用：距离知觉还有另外一种现象却在和距离的摩擦相抗衡，并促进旅游。研究发现，遥远的目的地因为远，对旅游者更具有吸引力。在距离摩擦作用使旅游者选择近的目的地的同时，另外一种竞争力量把旅游者吸引到更远的目的地。从心理上说，遥远的旅游胜地所产生的朦胧感与神秘感不仅给人以更多的希望，而且还给人以更多的、我们同样也需要的、新奇和多样性的希望。在不考虑巨大的，不可想象的经济代价的情况下，所有这些理由都会使人们觉得在家乡附近游乐场永远代替不了去遥远的异邦度假旅游的愿望。

4、什么是经典性条件反射和工具性条件反射，什么是认知学习理论?讲义+书本P47-51（1）经典性条件反射：借助某种刺激与某一反应之间的已有联系，经由练习可以建立起另一种中性刺激与同样反应之间的联系

巴莆洛夫通过把一个中立的刺激（铃）与一个negative引起狗的分泌唾液的反应的刺激（他把干肉末塞进狗的嘴里）放在一起产生了经典性条件反射。肉末是一种无条件反射，狗一听到铃声就联想到喂食时间的反应，就是条件反射。

(2)工具性条件反射：也称操作性条件反射，是指个人学习去做那些能产生正面结果的行为而避免产生负面结果的行为。心理学家斯金纳的提出。例：应用于低参与度的消费活动 低值商品

营销实例：赠送样品、试尝、有奖销售(各种强化）CASINO代金券

经典性条件反射的反应是不自觉地并且相当简单，而工具性条件反射的反应时为了获得既定的目标有意做出的，可能比较复杂。另外，经典性条件反射中两种刺激是紧密相连的，而工具性学习是对期望行为奖励的结果，经过一段时间后，许多未被强化的其他行为不断地被尝试并放弃。

工具条件反射在下述三种情况发生：A、环境以奖励的方式提供正强化，加强了反应并使消费者做出适当的行为。B、负强化也会加强反应，并使消费者做出适当的行为。C、与我们做某事是为了避免不高兴不同，惩罚是指一种反应导致了不愉快的事件发生。当惩罚发生后，消费者就不再重复这种行为。

（3）认知学习理论：强调内部思考过程的重要、强调学习过程中的创造性和洞察力。

（一）格式塔学习理论（Cestalt 德语 完形、整体）1）似动现象：两个相距不远、相继出现的视觉刺激物，呈现的时间间隔如果在1/10秒到1/30秒之间，那么我们看到的不是两个物体，而是一个物体在移动。这是形成格式塔心理学的基础。例：大街上的似动现象.flv 通过学习，会在头脑中留下记忆痕迹，记忆痕迹是因经验而留在神经系统中的。但格式塔心理学认为，这些痕迹不是孤立的要素，而是一个有组织的整体，即完形。因此，学习主要不是加进新痕迹或减去旧痕迹的问题，而是要使一种完形改变成另一种完形。格式塔学习理论所关注的，正是发生这种知觉重组的方式。如果一个人看不出呈现在他面前的问题，看不出各种事物之间的联系，那么他对事物的知觉就还处在无组织的、末分化的状态，因而也就无所谓学习了。

一个人学习的方式，通常是从一种混沌的模糊状态，转变成一种有意义的、有结构的状态，这就是知觉重组的过程。适用于高度参与的产品购买行为： 固定资产、奢侈品、旅游

5、旅游者减少察觉到的风险可以采取哪些策略？讲义

（1）降低对产品和服务的期望（2）重复购买一个品牌，减少购买成本（3）多方收集信息（4）购买高价产品

6、什么是认知不协调理论？如何解决认知不协调？讲义

（1）认知不协调理论 ：费斯廷格（美）社会心理学家提出，其假设基础为：人们在生活中有一种秩序和一致性的需要，当信念与行为相冲突时便会产生紧张感。人们被激发去减少这种不一致来消除不愉快的感觉。（2）如何解决认知不谐调：

A、扩大认知范围 B、增加认知协调因素C、降低认知不协调因素 例：如何运用在旅游活动中，解决人际矛盾

销售人员--客人

7、你的家庭如何进行决策的？分析哪些因素对你的家庭旅游决策产生影响P185-P189

8、旅游动机具有多样性，人们的旅游行为一般都出于哪些动机

（1）身心健康的动机：观光旅游、休闲度假旅游、健身旅游、体育旅游

（2）求知探险的动机：探究不同的文化、探求不同的生活方式、审美动机、探险旅游、民俗风情旅游

（3）社会交往的动机：探亲旅游、宗教朝拜、访问

经济活动动机：商务旅游、购物旅游

（4）社交、尊重和自我完善的动机：高端旅游产品

（5）多样性需要是最基本的旅游动机之一：旅游是对现实的一种逃避、离开家去旅游会给刻板的生活带来受人欢迎的多样性

9、主要的激励理论及其基本观点

一、早期的激励理论

1、马斯洛的需求层次论

2、麦格雷戈的X理论、Y理论

3、赫兹伯格的双因素理论

激励-保健理论 激励因素： 挑战性的工作、工作的成就、工作成绩得到认可、个人发展的可能性、晋升职务上的责任感。保健因素: 公司政策与行政管理、工作稳定性、工作条件、人际关系、薪水 双因素理论主要观点：

激励因素是积极的，能产生满足感，但缺乏时，不会使人产生多大的不满足感 保健因素是消极的，不直接产生激励作用，即有了它们也不会对人产生激励作用但能预防不满产生；但缺乏会使人产生很大的不满足感。满意的对立面

没有满意 不满意的对立面

没有不满意

双因素理论的修正：

1、金钱可以作为激励因素

金钱----成就、认可

2、专业人士，缺乏激励会产生不满足感

二、当代激励理论

1、ERG理论：

（1）阿尔德佛把马斯洛的五个层次的需要简化为三个层次：

生存需要：包括生理、物质欲望

关系需要：个体通过人际交往与别人交流思想感情的需要

成长需要：个人成长和发挥个人创造力

（2）人的需要不一定象马斯洛所说的严格按照由低向高的阶梯状发展顺序，存在遇到挫折下降的情况；

（3）管理人员应切实了解员工的真实需要

2、目标设置理论：

爱德温·洛克：明确的目标能提高绩效，即明确的目标本身就具有激励作用。措施：

在组织管理中采取目标明确化，不是简单告诉员工“尽最大努力做” 在工作中及时反馈，说明与目标的差距

让员工及时参与目标的设置，增加员工对目标的认同

3、公平理论：

个人投入（所得报酬）/个人产出

== 他人投入/他人产出

研究工资报酬的合理性、公平性对员工生产积极性的影响

一个人所得报酬的绝对值与其积极性高低并无直接的必然联系。员工的积极性不仅受其绝对收入的影响，而且受其相对收入的影响。

4、期望理论：

当人们有需要，并预期通过行动有可能实现某个目标的时候，才会积极采取行动； 动力（激励水平）= 期望概率 \* 目标效价

期望概率：人们对自己的某一行动能否达到工作绩效和目标的可能性的估计； 目标效价：指人们对某一行动成果的重视程度与评价高低，即人们在主观上认为这奖酬的价值大小。可以用10级量表表示，最高为10，最低为0。自我实现的预言：

关于某些未来行为或事件的预测对行为的改变很大，以至于产生预期的结果。

10、企业在人力资源管理的过程中应如何处理员工能力上的差异？ 能力：是指人能顺利完成某种活动所必须具备的心理特征。能力反映了个体在某一工作中完成各种任务的可能性。能力与工作的匹配：管理者要合理确定企业所需要的能力结构，在此基础上聚集与各部门需要相适应的人才。同一个人不可能适应所有部门的每项工作针对员工的能力发展水平，实施不同的职业教育和训练完善组织机构，确立人才“金字塔”考虑和培养员工的兴趣，提高其专业技能

11、弗洛伊德的个性学说相关内容P154 弗洛伊德把个性分为“本我”、“自我”、“超我”三个主要组成部分

本我：是人格结构中最原始的部分，从出生即已存在，是人类的基本需求，如饥、渴、睡眠

支配原则为快乐原则

自我：在现实环境中由本我中分化发展而产生，介于本我和超我之间，对本我的冲动和自我的管制具有缓冲和调节的功能；支配原则为现实原则

超我：是人格结构中居于管制地位的最高部分，是由于个体在生活中，接受社会文化道德规范的教养而逐渐形成的。超我的两个重要部分：一是社会理想，是要求自己的行为符合自己理想的标准

二是良心，规定自己的行为免于犯错的一些限制

支配原则为完美原则

12、引起旅游者不满和投诉的因素，如何处理旅游者的投诉

（1）不公平

价格因素：产品价格与产品质量的符合程度，旅行社团队成员之间购买价格的差异，住店客人之间购买价格的差异

设施服务因素：服务设施的好坏、完善与否、服务设施好坏、完善与价格的 4 符合程度、与消费者心理期望的相符程度

（2）需要未得到满足：生理的需要：温饱、休憩

尊重、社交的需要：孤独 社会尊重不足（旅游团体）对待旅游者抱怨与投诉的态度

（1）认真倾听：了解旅游者的想法，给予旅游者发泄怨气的渠道（2）满足旅游者的自尊需要，消除其挫折感（3）从旅游者角度出发，真心为其着想（4）迅速处理旅游者的投诉

13、什么是社会阶层？社会阶层与旅游行为的关系

社会阶层：一个社会阶层由一大批社会地位大致等同的人构成所有权的问题生存状态 社会阶层与旅游行为的关系 上层：重视旅游

中层：所有旅游者中数量最多的人 下层：短途旅游、注重实用

14、什么是智商测试？能力差异与企业管理的关系(1)斯坦福-比奈测验

智商IQ（intelligence quotient）：由斯坦福大学的特曼提出。特曼对美国的学龄儿童采用比奈（法）的测验题，对测验进行标准化，通过对美国成千上万儿童的测量得到与年龄相关的常模。

智商测试

IQ=MA/CA \*100 心理年龄/实际年龄(2)能力差异与企业管理:能力与工作的匹配

管理者要合理确定企业所需要的能力结构，在此基础上聚集与各部门需要相适应的人才。同一个人不可能适应所有部门的每项工作

针对员工的能力发展水平，实施不同的职业教育和训练 完善组织机构，确立人才“金字塔” 考虑和培养员工的兴趣，提高其专业技能

15、什么是从众行为？影响从众行为的因素有哪些？ 从众行为：

（1）从众：个体在群体压力的作用下，个体就会产生与群体行为保持一致的倾向，也就是表现出某种从众行为（2）影响从众的因素：

个人因素：智力、自信心、个性特点、人际关系

环境因素：群体的凝聚力、群体成员的共同性、群体规模等

16、酒店及旅行社服务心理及其分析（PPT）

17、家庭生命周期与旅游行为P183 邮轮旅游 主题公园

儿童对家庭旅游决策的影响 对消费行为的影响

本DOCX文档由 www.zciku.com/中词库网 生成，海量范文文档任你选，，为你的工作锦上添花,祝你一臂之力！