

- |  |   |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> 上市公司 实力雄厚 品牌保证         | <input checked="" type="checkbox"/> 权威师资阵容 强大教学团队         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 历次学员极高考通过率 辅导效果有保证     | <input checked="" type="checkbox"/> 辅导紧跟命题 考点一网打尽         |
| <input checked="" type="checkbox"/> 辅导名师亲自编写习题与模拟试题 直击考试精髓 | <input checked="" type="checkbox"/> 专家 24 小时在线答疑 疑难问题迎刃而解 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 资讯、辅导、资料、答疑 全程一站式服务    | <input checked="" type="checkbox"/> 随报随学 反复听课 足不出户尽享优质服务  |

开设班次：（请点击相应班次查看班次介绍）

基础班	串讲班	精品班	套餐班	实验班	习题班	高等数学预备班	英语零起点班
-----	-----	-----	-----	-----	-----	---------	--------

网校推荐课程：

思想道德修养与法律基础	马克思主义基本原理概论	大学语文	中国近现代史纲要
经济法概论（财经类）	英语（一）	英语（二）	线性代数（经管类）
高等数学（工专）	高等数学（一）	线性代数	政治经济学（财经类）
概率论与数理统计（经管类）	计算机应用基础	毛泽东思想、邓小平理论和“三个代表”重要思想概论	

[更多辅导专业及课程>>](#)

[课程试听>>](#)

[我要报名>>](#)

绝密 ★ 考试结束前

## 浙江省 2013 年 4 月高等教育自学考试 顾客消费心理专题试题

课程代码：11965

请考生按规定用笔将所有试题的答案涂、写在答题纸上。

### 选择题部分

注意事项：

1. 答题前，考生务必将自己的考试课程名称、姓名、准考证号用黑色字迹的签字笔或钢笔填写在答题纸规定的位置上。
2. 每小题选出答案后，用 2B 铅笔把答题纸上对应题目的答案标号涂黑。如需改动，用橡皮擦干净后，再选涂其他答案标号。不能答在试题卷上。

### 一、判断题（本大题共 10 小题，每小题 2 分，共 20 分）

判断下列各题，在答题纸相应位置正确的涂“A”，错误的涂“B”。

1. 感觉是直接作用于感觉器官的客观事物的整体属性的反映。
2. 相似律是指两个或两个以上的知觉对象，如果在性质上具有相似的性质，往往被感知为同一类事物。

3. 消极的激情是有害的，可以降低人的思维能力，从而对工作和生活产生影响，应该加以控制。
4. 一个对象如果带有其他附加条件，会使人产生与原来不同的知觉。
5. “一视同仁”的服务要求是坚持尊重每一位客人，决不随意“偷工减料”，提供个性化的服务。
6. 服务时机的把握不是机械地靠钟表所能做到的，它凭的是旅游工作者的直觉，往往需要多年丰富经验的积累，以及个人的灵性才能悟到。
7. 情绪情感的两极性首先表现为情绪情感的肯定的和否定的对立性质。
8. “水能载舟亦能覆舟”这句话可以用于消费者和旅游企业的关系。
9. 知觉是有机体活动的积极性源泉，是人进行活动的基本动力。
10. 马斯洛提出了 ERG 理论——生存的需要(existence)、相互关系的需要(relation)和成长的需要(growth)。

### 非选择题部分

#### 注意事项：

用黑色字迹的签字笔或钢笔将答案写在答题纸上，不能答在试题卷上。

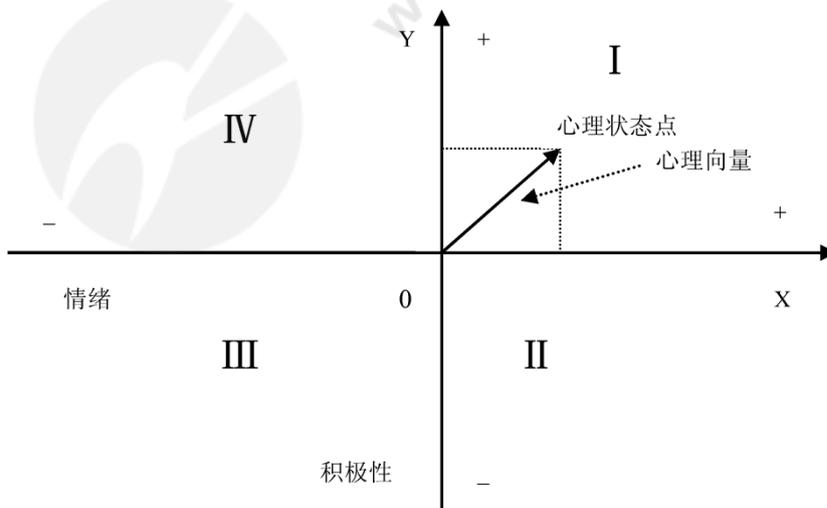
#### 二、名词解释(本大题共 5 小题，每小题 3 分，共 15 分)

11. 旅游者心理活动
12. 刻板印象
13. 超前服务
14. 客我交往
15. 旅游动机

#### 三、简答题(本大题共 3 小题，每小题 10 分，共 30 分)

16. 参阅下图，并分析说明旅游活动中的旅游者在下列坐标体系中的情绪状态。

此假设将人的心理状态划分为两个维度，即积极性和情绪，并设定可测量人的积极性和情绪单位，该人积极、情绪高涨用正数表示，消极、情绪低落用负数表示。将这一假设画成坐标，如图所示：



## 情绪状态分析图

17.简述在旅游接待中如何通过顾客的外部特征进行认知，以提供针对性的服务。

18.旅游工作者如何在服务中控制自己的情绪？

**四、案例分析题(本大题 15 分)**

## 美国记者的祈文

下面是美国记者布切沃德的一篇祈文：

天父，瞧瞧我们——您谦卑、顺从的旅游奴仆，我们已注定要在这个世界上游览、拍照、寄明信片、买纪念品，穿着一件易干的衬衣四处奔走。

主啊，恳求您，务必使我们的飞机不要被劫持，行李不要丢失，超重的行李没让人发觉。给我们神旨，教会我们选择饭店。在那里，我们的预定受到尊重，房间已经清扫完毕，水龙头里流出的是热乎乎的水（如果这一切是可能的话）。

我们祈求，我们房间的电话线畅通，接线员能讲一口我们的语言，没有从我们孩子那边寄来的邮件，因为这或许会迫使我们取消余程。

引导我们，亲爱的主，上那些价廉物美的餐馆去，那儿有鲜美可口的食物、和蔼友好的侍者，酒费已包括在膳食中了。

给我们以聪明，当我们用看不懂的外币付小费时，不出差错，宽恕我们因无知而付得不足，因害怕而多付。让当地人仅因我们的为人爱我们，而不因我们能他们的财产增添点什么。

给我们力量去参观博物馆、庙宇、宫殿、城堡等在导游册上列出的“必去之处”。若有可能，午餐后让我们略去一个历史遗址，稍睡一会，怜悯怜悯我们，我们的身体太虚弱了。

当旅程结束，我们返回我们的亲友处，并给自己一特惠，让人们来观看我们的家庭电影，聆听我们的奇闻轶事，这样，我们作为旅游者的生活也就没有白白过去。主啊，我们以某某的名义向您祈求。阿门。

19.问题：分析案例中提到的顾客的需求，旅游服务中如何满足这些需求？

**五、论述题(本大题 20 分)**

20.在农家乐服务接待中如何处理投诉？