

## 第二部分 方向科目

### 《工程心理学》(仅适用用户体验 (UX) 方向)

#### 一、概论

人机器环境系统；相关学科；研究领域；研究特点

#### 二、研究方法

##### (一) 经典的实验研究方法

问卷法、访谈法和观察法；实验法；现场研究和模拟实验

##### (二) 神经生理方法

眼动追踪技术；心理生理测量技术；脑功能检测技术

#### 三、视觉显示界面

##### (一) 视觉显示

1. 静态视觉显示界面的研究
2. 文字显示设计的研究
3. 图表显示设计研究
4. 符号标志设计研究

##### (二) 动态视觉显示界面的研究

1. 表盘仪表信息显示的研究
2. 灯光信号设计的研究
3. 电子显示器信息显示设计的研究
4. 手持移动设备显示的研究

##### (三) 视觉显示编码、突显和兼容性的研究

1. 视觉显示界面中的信息编码问题
2. 视觉信息显示的突显研究
3. 视觉显示和控制兼容性研究

#### 四、听觉显示界面

##### (一) 听觉显示：听觉显示特点；听觉显示器

##### (二) 语音界面：言语可懂度和自然度的研究；语音界面的研究

#### 五、控制交互界面

(一) 传统控制器的交互界面：控制器的识别与操作

(二) 新型控制的交互界面

语音控制；眼动控制；脑机接口；可穿戴设备交互

## 六、人计算机交互

(一) 菜单、命令和对话等界面

菜单界面；命令和填空界面；对话和直接操作界面

(二) 协同工作、虚拟和网络等界面

协同工作界面；虚拟界面；网络界面

(三) 键盘等硬件的交互设计

键盘的交互设计；指点设备的交互设计；手机使用行为与心理特征

## 七、产品可用性

(一) 可用性和用户体验

可用性及其研究；用户体验及其相关理论

(二) 可用性和用户体验的度量

度量维度；各种度量的整合

(三) 评价度量体系

定性的可用性度量评价体系；定量的可用性度量评价体系

## 《人格心理学》(仅适用临床与咨询心理方向)

### 一、什么是人格

### 二、心理动力取向的人格理论

(一) 弗洛伊德与经典精神分析理论

(二) 荣格与分析心理学

(三) 阿德勒与个体心理学

(四) 新精神分析理论

### 三、存在-人本取向的人格理论

(一) 马斯洛与自我实现的人

(二) 罗杰斯与来访者中心疗法

(三) 存在主义心理学

(四) 积极心理学

#### 四、特质取向的人格理论

(一) 奥尔波特与特质

(二) 卡特尔与 16PF

(三) 艾森克与大三人格

(四) 大五人格

#### 五、认知取向的人格理论

(一) 凯利与个人构建

(二) 罗特与控制点

(三) 班杜拉与社会认知理论

#### 六、生物学取向的人格理论

(一) 人格的遗传与生物基础

(二) 疾病倾向人格

《社会心理学》(仅适用于品牌、广告与消费心理和心理与行为大数据方向)

#### 一、社会心理学导论

(一) 社会心理学的研究对象与研究内容

(二) 社会心理学的研究方法

#### 二、自我

(一) 自我即中心

(二) 自我概念

(三) 自尊

(四) 文化与自我

(五) 自我服务偏差

#### 三、社会知觉与判断

(一) 社会认知的定义

(二) 印象与印象形成

(三) 归因

(四) 社会判断

#### 四、态度及其改变

(一) 态度的概念及成分

(二) 态度与行为的关系

(三) 态度的改变及理论

#### 五、从众

(一) 从众的定义及经典研究

(二) 从众的影响因素

#### 六、说服

(一) 说服的途径

(二) 说服的要素

#### 七、群体影响

(一) 什么是群体

(二) 群体极化和群体思维

(三) 社会助长和社会惰化

(四) 去个体化

#### 八、偏见与歧视

(一) 什么是偏见与歧视

(二) 偏见的根源

(三) 刻板印象

#### 九、攻击行为

(一) 攻击行为的理论

(二) 攻击行为的影响因素

(三) 如何减少攻击

#### 十、人际吸引与亲密关系

(一) 人际吸引的规则

(二) 爱情

#### 十一、助人行为

(一) 助人行为的理论

(二) 助人行为的影响因素

### 《管理心理学》(仅适用心理测量与人力资源管理方向)

## 一、管理心理学发展历史

(一) 理论背景

心理技术学；人际关系理论；群体动力理论；需要层次理论；社会测量学

(二) 标志性事件

## 二、管理中的人性假设

(一) 人性观及演进

“工具人”假设；“经济人”假设；“社会人”假设；“自我实现人”假设；  
“复杂人”假设；“理性人”假设；“文化人”假设

(二) 人性观在管理中的运用

## 三、个体行为心理基础

(一) 社会知觉：选择性知觉；刻板印象；第一印象；近因效应；晕轮效应

(二) 归因理论

(三) 个性心理差异与管理

## 四、工作动机与激励

(一) 工作动机的定义、成分

(二) 激励的定义与原理

(三) 激励理论

内容型激励理论（马斯洛需要层次理论；ERG 理论；双因素理论；麦克利兰  
“三种需要理论”）；过程型激励理论（期望理论；公平理论；目标设定理论）；

## 五、群体心理与管理

(一) 群体动力

群体规范；群体压力与从众；群体凝聚力；群体士气

(二) 群体决策

群体决策方法（头脑风暴法；名义小组技术；德尔菲法；电子会议法）；

群体决策中的问题（小群体意识；极端性偏移）

### （三）群体冲突

冲突的定义与分类；群体冲突的来源（“寻衅——认可学说；“公平分配”学说；“利益最大化”学说；“资源说”）

## 六、团队建设与管理

（一）团队的定义、特点、类型、作用

（二）团队发展阶段

（三）团队成员的角色

（四）团队建设的途径：人际关系途径；角色界定途径；价值观途径；任务导向途径

## 七、领导心理

（一）领导效能

（二）领导理论

特质理论；行为理论（勒温的领导类型；俄亥俄大学研究；四分图模型；管理方格理论）；权变理论（LPC 测量理论；路径—目标理论；领导生命周期理论）

## 八、组织文化

（一）组织文化的概念、特征与功能

（二）组织文化的结构

（三）组织文化相关研究：霍夫斯塔德的跨文化研究；克拉克宏的文化架构；Z 理论