

<<旅游心理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游心理学>>

13位ISBN编号：9787310029341

10位ISBN编号：7310029348

出版时间：2008-6

出版时间：南开大学出版社

作者：李雪冬 主编

页数：215

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<旅游心理学>>

内容概要

旅游心理学是以研究旅游活动中人的行为规律为主的科学，它是心理学的原则和理论在旅游业的推广和应用。

旅游心理学对科学合理地建立旅游设施和开发旅游资源，提高旅游服务质量及旅游企业经营管理水平，以及正确调整旅游活动中的人际关系等方面有着积极的作用。

本书集合了多位旅游心理学教师多年的教学经验和知识积累，在内容上注重了理论知识的加强，针对旅游心理学涉及的相关心理学基础知识较庞杂的特征，将与心理学有关的延伸知识、相关知识阅读作了简要介绍；同时一些章节还提供了权威的、实际应用较为广泛的心理测试，用以增强旅游心理学的生动性和实用性。

书中每章皆有相关案例引入，在课后练习中，除了传统的思考问答题以外，还适当地采集设计了一些互动的心理游戏、案例分析等。

本书共分十一章，主要论述了旅游者在旅游活动中的心理和行为，分别从知觉、需要、态度、个性的角度进行了详细的分析和研究；本书还对旅游企业，主要是饭店、旅行社及旅游交通企业提供旅游服务时相关人的心理和行为进行了研究，分析了上述企业应该如何针对旅游者的特性提供科学合理的、令客人满意的服务；此外，本书还探讨了在旅游企业管理活动中相关人员的心理和行为，包括如何管理和激励具有个体差异的员工，作为群体的员工具有什么样的特性，群体对个体行为的影响等内容。

书中标注星花(*)的章节为本科教学的必修内容，在专科教学中可以略去或作为扩展读物使用。

<<旅游心理学>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 旅游心理学概述 第二节 旅游心理学的研究方法 第三节 旅游心理学的理论体系
第二章 知觉与旅游行为 第一节 知觉及其特性 第二节 知觉的心理定势 第三节 旅游者对旅游条件的
知觉第三章 需要与旅游行为 第一节 需要及其分类 第二节 旅游动机 第三节 旅游动机的激发第四章
态度与旅游行为 第一节 态度及其特性 第二节 态度与旅游行为 第三节 态度的形成与改变第五章 个
性与旅游行为 第一节 个性及其形成 第二节 个性类型与旅游行为 第三节 个性结构与旅游行为第六
章 社会因素与旅游行为 第一节 社会限定因素与旅游行为 第二节 社会决定因素与旅游行为第七
章 旅游服务心理概述 第一节 服务中的客我交往 第二节 客人的需求心理第八章 饭店服务心理 第一
节 前厅服务心理 第二节 客房服务心理 第三节 餐厅服务心理第九章 其他旅游服务心理 第一节 旅行
社服务心理 第二节 旅游交通服务心理 第三节 旅游商品服务心理第十章 旅游企业售后服务心理 第
一节 挫折与投诉心理 第二节 售后服务心理第十一章 旅游企业管理中的心理 第一节 旅游企业活动
中人力资源优势的发挥 第二节 旅游企业员工群体行为与管理 第三节 旅游企业活动中领导心理思考
与练习主要参考文献后记

章节摘录

第一章 绪论第一节 旅游心理学概述一、旅游心理学的概念旅游是人们离开常住地到异地他乡旅行和暂时停留所引起的各种现象和关系的总和。

构成旅游活动的基本要素有：旅游的主体——旅游者，旅游的客体——旅游资源，旅游的介体——旅游业，这三者相互作用，紧密结合。

这三者相互作用过程中产生的心理现象构成了旅游心理学的研究对象。

旅游活动发生的互动关系有人与人的关系、人与自然的关系和人与社会的关系。

旅游心理学运用心理学的理论和方法研究这些互动关系，将心理学思想植入旅游科学研究中，从心理学角度探讨旅游活动发生、发展的规律。

旅游心理学一方面研究旅游者的心理活动及其客观规律，解释旅游行为产生的原因，找出影响旅游决策的因素，探讨旅游者如何做出决策；另一方面，研究提供服务的旅游从业人员的心理，揭示旅游企业中个体、群体、领导、组织的心理活动规律，探讨如何通过提高领导水平和领导艺术，增强组织凝聚力等手段，提高旅游业的服务水平和旅游企业管理水平，以最大限度地满足旅游者的要求。

综上所述，旅游心理学就是运用心理学原理和方法，研究旅游活动中旅游者和旅游从业人员心理活动与行为规律的科学。

旅游心理学的研究对象（一）旅游消费者的心理旅游者是旅游活动的主体，而其旅游消费行为受其消费心理的支配。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>