

<<旅游心理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游心理学>>

13位ISBN编号：9787503235870

10位ISBN编号：750323587X

出版时间：2009-1

出版时间：孙喜林、荣晓华、范秋梅、谢彦君 中国旅游出版社 (2009-01出版)

作者：孙喜林，荣晓华，范秋梅 著

页数：318

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>

前言

中国旅游出版社发起的编写《旅游管理专业新视野教材》丛书的倡议，主要是基于对目前旅游管理专业学科发展的状况和大学教材的状况而提出的，旨在推进大学旅游教育向更加成熟的方向发展，并在一定程度上推进旅游管理的学科建设。

此倡议甚为及时，立意也比较高远。

作为这个项目中的一员，我个人认为，值得我们用两年的时间投身于这项工作，为旅游学科发展添砖加瓦。

中国旅游出版社委托我就这套丛书做一些具体的铺垫性的工作，盛情之下，只好不揣鄙陋，勉强充当这个角色。

值此丛书出版之际，我谈一谈我对目前旅游管理专业所使用的教材的几点看法。

这些见解，当初曾作为我们编写教材时的一种思路上的依据，今天也可以作为反省编写成果时的一种参考。

一中国的旅游教育已经开展了将近三十年，现在的教育总体规模已经相当大，2005年底教育部统计的全国设有旅游管理专业的高等院校总数已经达到355所。

从我们能够在短短的三十年时间里便构建了这样一个庞大的专业教育体系而言，旅游高等教育所取得的成就是有目共睹的。

<<旅游心理学>>

内容概要

本书以旅游者的行为为主线，主要介绍了旅游者在旅游过程中的心理特点和行为规律。同时，对旅游企业员工的心理从两个方面加以阐述。

本书借鉴了一些旅游心理学的新研究成果，并重点引进了积极心理学和社会建构论心理学的重要研究成果，尤其在旅游体验部分详细介绍了积极心理学在这方面的研究。

本书既可作为高等院校旅游专业的教材用书，也可作为宾馆、饭店、旅行社等服务部门培训教材，对于旅游工作者亦有参考价值。

<<旅游心理学>>

作者简介

孙喜林，男，黑龙江五常县人，东北财经大学旅游与酒店管理学院副教授。

1985年本科毕业于东北师范大学教育系心理学专业，1988年获硕士学位，发展心理学方向。

研究方向为旅游心理学、组织行为学、消费者行为学和旅游文化领域。

出版《旅游心理学》、《现代心理学教程》、《管理心理学》、《组织行为学》、《消费者行为学》和《营销心理学》等书。

荣晓华，女，1963年出生，大连交通大学管理学院教授。

发表论文《心理学对经济学的新贡献》、《服务市场的消费者行为与营销策略》、《消费者行为研究中的方法与道德问题》等20余篇。

论著《消费者行为学》（教育部十一五规划教材）、《消费心理学》等7部。

主持项目“改革开放以来我国国民政治心理发展状况及趋势研究”（辽宁省社科基金）、“辽宁民营企业心理契约与契约行为研究”（辽宁省教育厅项目）等5项。

范秋梅，女，1965年出生，博士，副教授，沈阳大学旅游与地理科学学院旅游系主任。

研究领域：旅游基础理论研究、区域旅游开发和旅游生态研究。

出版学术专著和教材《区域旅游评价与开发》、《中国旅游地理》、《旅游心理学》、《旅游企业投资与管理》等。

主持省市科研项目6项。

发表学术论文30余篇。

<<旅游心理学>>

书籍目录

第1章 旅游心理学概述第1节 旅游心理学的研究对象和内容第2节 旅游心理学与相关学科第3节 旅游心理学的研究方法第4节 研究旅游心理学的意义第2章 旅游知觉第1节 旅游知觉概述第2节 旅游中的社会知觉第3节 对旅游条件的知觉第3章 旅游动机第1节 动机概述第2节 旅游者的旅游动机第3节 旅游动机的激发第4章 旅游者的态度第1节 态度概述第2节 态度与旅游行为第3节 旅游者态度的改变第5章 旅游者的人格第1节 人格概述第2节 旅游者的人格特征与旅游行为第6章 旅游者的情绪情感与体验第1节 情绪和情感概述第2节 旅游者的情绪情感第3节 旅游者的体验第7章 旅游者的消费决策第1节 购买决策概述第2节 个体决策的研究范式第3节 旅游者购买决策过程第4节 旅游者的风险知觉第8章 旅游服务心理第1节 服务市场中的消费者行为第2节 客人的需求心理第3节 前厅服务心理第4节 客房服务心理第5节 餐厅服务心理第6节 旅游商品服务心理第7节 导游服务心理第8节 旅游者投诉心理第9章 旅游企业中的人际关系第1节 人际关系概述第2节 影响人际关系的因素第3节 人际关系测量第10章 旅游企业员工的心理保健第1节 员工的心理健康第2节 员工的挫折与心理防卫第3节 心理障碍第4节 如何维护员工的心理健康主要参考书目后记

章节摘录

第1章 旅游心理学概述第1节 旅游心理学的研究对象和内容
旅游心理学是心理学的一门分支学科，它是把心理学的相关研究成果和有关原理及研究方法运用到分析、了解旅游这一现象上来而产生的新兴应用学科。

旅游心理学的产生在世界上也不过二三十年，介绍到中国也就十几年。

在旅游心理学产生的初期主要是把心理学的知识方法移植过来，直到近些年才有独立研究成果出现，所积累的研究成果并不丰厚，所以说旅游心理学还不是一门很成熟的学科。

一、旅游心理学的研究对象
旅游心理学主要研究旅游消费心理、旅游服务心理和旅游企业员工心理。这三方面内容构成了旅游心理学的主体。

旅游这一现象本身是一种复杂的社会、经济、文化和心理现象的综合，因而对心理规律的探讨常常不能单独进行，因为心理现象与旅游的其他方面交织在一起，通常旅游心理现象不能单独存在。所以进行这方面的研究是比较复杂并有相当难度的。

（一）旅游消费心理
人们的旅游消费行为是在其消费心理支配下发生的，因此了解旅游者消费心理的发生、发展变化规律是非常有必要的。

美国著名心理学家勒温提出的行为公式有助于我们对这个问题的分析。

<<旅游心理学>>

编辑推荐

《旅游心理学》既可作为高等院校旅游专业的教材用书，也可作为宾馆、饭店、旅行社等服务部门培训教材，对于旅游工作者亦有参考价值。

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>