

<<旅游消费行为>>

图书基本信息

书名：<<旅游消费行为>>

13位ISBN编号：9787503835858

10位ISBN编号：7503835850

出版时间：2001-4

出版时间：中国林业出版社

作者：张树夫

页数：208

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>

## <<旅游消费行为>>

### 内容概要

旅游业的发展，需要全面深入地研究旅游市场的供求关系。

但长期以来我们似乎对“供”的方面给予较大的关注，而对“求”的方面则显然研究不够。

代表旅游活动主体的旅游者，他们对旅游活动方方面面的需求，尤其是他们在旅游活动中表现出来的消费行为及其基本规律，是我们旅游行业如何研制适销对路的旅游产品，如何根据旅游市场的变化采取有针对性的营销策略，如何引导旅游业与时俱进可持续发展的最基本的依据和最可靠的信息。

因此，当前对旅游者消费行为的研究显得更为紧迫和重要。

基于上述认识，我们编写了《旅游消费行为》这本教材。

其内容主要是围绕旅游者在旅游活动中的各个环节，他们的心理需求以及他们的旅游消费行为进行分析阐述。

本教材力求理论联系实际，深入浅出，突出可读性和实用性；各章节安排既为一有机整体，又各自成体系，可根据需要选用。

本书可作为高等院校旅游专业教材，也可作为自学考试及旅游从业人员的培训教材。

## &lt;&lt;旅游消费行为&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 绪论 第一节 旅游消费行为研究的对象和内容 第二节 旅游消费行为研究的意义和方法第二章 旅游消费行为研究的基础理论 第一节 感觉与知觉 第二节 记忆与注意 第三节 想象、情绪与情感 第四节 兴趣爱好 第五节 气质 第六节 性格与能力第三章 旅游消费需求与购买动机 第一节 旅游消费需求的含义与类别 第二节 旅游消费需求的产生、类别和特征 第三节 旅游者消费动机的含义及其可诱导性 第四节 旅游消费者的购买动机与行为第四章 社会群体与旅游消费行为 第一节 参照群体与旅游消费 第二节 家庭与旅游消费行为 第三节 社会阶层与旅游消费 第四节 几种主要类型的旅游消费群体及其特点第五章 社会文化心理与旅游消费 第一节 社会文化对旅游消费行为的影响 第二节 时尚、流行与旅游消费行为 第三节 社区文化与旅游消费行为第六章 旅游饭店与消费者行为 第一节 消费者对旅游饭店的共同心理需求 第二节 绿色饭店的经营理念 第三节 饭店消费者决策过程及其信息搜集 第四节 饭店情境对饭店消费者行为的影响 第五节 旅游饭店核心竞争能力的识别与培育第七章 游览活动与旅游消费行为 第一节 游览活动中的主要心理 第二节 游览活动中的消费行为 第三节 游览活动对消费行为的影响第八章 旅游交通与旅游消费行为 第一节 旅游交通 第二节 旅游者对旅游交通的需求 第三节 旅游交通与旅游消费行为第九章 旅游购物与旅游消费行为 第一节 旅游者购物动机 第二节 旅游者购物行为 第三节 旅游者购物行为激发旅游商品的开发第十章 旅游广告对旅游消费行为的影响 第一节 旅游广告的概念和功能 第二节 旅游广告传播的心理策略 第三节 旅游广告心理效果的测定第十一章 会展旅游消费者决策行为分析 第一节 会展旅游概述 第二节 会展旅游的主要参与者及其相互关系 第三节 会展旅游者决策行为过程及其影响因素第十二章 旅游消费者的心理调研 第一节 旅游消费者心理调研的内容 第二节 旅游消费者心理调研的组织 第三节 旅游消费者心理调研的方法附录 调查问卷的设计范例参考书目

<<旅游消费行为>>

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>