

<<饭店服务心理学>>

图书基本信息

书名：<<饭店服务心理学>>

13位ISBN编号：9787504550811

10位ISBN编号：7504550817

出版时间：2006-1

出版时间：中国劳动社会保障出版社

作者：丁钢

页数：156

字数：222000

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>

<<饭店服务心理学>>

内容概要

本书是高等职业院校旅游与饭店管理专业的教学用书。

本书详细介绍饭店消费者的心理，包括消费者的个性、气质、消费动机对消费行为的影响等；饭店员工的心理，包括饭店员工的需要与动机、工作激励、面对压力、挫折时处理方法等，以及饭店服务心理的基本知识和操作方法。

本书的编写面向旅游与饭店管理专业的工作实际，是高等职业院校旅游与饭店管理专业的必备教材，也可供在职培训和从事相关工作的人员参考使用。

本书由丁钢主编，杨梅、陈淑君副主编。

其中杨梅编写第三章、陈淑君编写第四章，其余各章由丁钢编写。

<<饭店服务心理学>>

书籍目录

第一篇 概论 第一章 绪论 第一节 饭店服务心理学的性质和内容 第二节 学习饭店服务心理学的必要性 第三节 饭店服务心理学的基本方法 第二篇 饭店顾客心理与行为 第二章 饭店顾客的心理与消费行为 第一节 影响顾客消费的因素 第二节 饭店顾客的认识活动过程 第三节 饭店顾客的情感情绪活动过程与意志活动过程 第三章 饭店顾客的需要、动机与消费行为 第一节 需要与动机 第二节 饭店顾客的需要与动机 第三节 需要满足、重复消费与品牌忠诚 第四章 饭店顾客的人格、自我观念、生活方式与消费行为 第一节 人格要素与消费行为 第二节 人格结构与消费行为 第三节 自我观念、生活方式与消费行为 第五章 饭店顾客的学习、态度与消费行为 第一节 学习与消费行为 第二节 态度与消费行为 第六章 饭店顾客的社会特征因素与消费行为 第一节 社会群体与消费行为 第二节 社会角色与消费行为 第三节 年龄群体与消费行为 第四节 文化与消费行为 第五节 社会阶层与消费行为 第三篇 饭店员工心理与行为 第七章 饭店员工心理素质与职业意识 第一节 饭店员工心理素质的要求 第二节 饭店员工职业意识的要求 第八章 心理差异与员工行为 第一节 人格差异与员工行为 第二节 认知差异与员工行为 第三节 偏见及其克服 第四节 工作归因 第九章 员工需要与激励 第一节 员工的需要与满足 第二节 激励 第十章 期望、挫折、公平与态度 第一节 期望 第二节 挫折 第三节 工作态度 第四节 公平 第十一章 工作群体内的人际关系 第一节 员工群体心理 第二节 人际关系及其调节 第三节 员工沟通 第十二章 压力与疲劳 第一节 工作压力 第二节 缓解工作压力的策略 第三节 疲劳及其应对 第十三章 员工心理调节与情商 第一节 饭店员工常见的心理问题 第二节 情商 第四篇 饭店服务心理 第十四章 饭店服务心理 第一节 饭店客人与服务心理 第二节 优质服务心理 第三节 前厅服务心理 第四节 客房服务心理 第五节 餐厅服务心理 第六节 顾客投诉心理 第七节 售后服务心理 参考文献

<<饭店服务心理学>>

章节摘录

插图：因此，饭店服务的最终质量是消费者将期望值与实际感受相比较后所获得的满足程度，通常会产生4种结果：第一种，期望值高，实际感受好，客人感到如愿以偿，感知服务质量高；第二种，期望值低，实际感受好，客人感到出乎意料的好，感知服务质量高；第三种，期望值低，实际感受很一般，感知质量还可以被接受；第四种，期望值高，实际感受差，客人感到名不副实，产生极大失望感，感知质量最低。

国际著名的假日旅馆公司提出了"为旅客提供最经济、最方便、最令人心情舒畅的住宿条件"的经营方针，这里的"最"也就是从"最需要的方面"去研究服务对象。

该公司的创始人威尔逊曾通过一次旅行亲身体会和考察了作为一个旅游者的心理需求，继而为其公司制定出相应的改革方案和措施并取得了巨大的成功。

因此，饭店在安排服务活动时，必须不断地满足顾客经常变化的潜在需求，使饭店的服务不断适应旅游者的新需求。

现代意义的饭店所提供的服务已不再局限于住宿和膳食，而是在行、游、购、会议、通信、贸易、娱乐、健身等诸多方面提供多功能、全方位、系列化的服务。

二、饭店客人的一般心理需求心理活动就是活动着的心理状态，是一个动态过程。

旅游者的心理是随着时间、地点，旅游活动的不同阶段、环节及客观事物等，不断发生变化的。

当旅游者到达饭店后，饭店工作人员首先必须了解他们的需要，这些需要的满足将在其心理上产生什么样的反应等。

旅游者入住饭店后，其主导需求是有个临时的"家"以解决生活上的基本需求。

饭店接待的客人除少数是常住客人外，一般客人的逗留时间都比较短。

因年龄、性别、职业、国籍、种族、宗教信仰等情况各不相同，每个客人的需求各异，但都有最普遍、最基本的需要。

<<饭店服务心理学>>

编辑推荐

《饭店服务心理学》由丁钢主编，杨梅、陈淑君副主编。
其中杨梅编写第三章、陈淑君编写第四章,其余各章由丁钢编写。

<<饭店服务心理学>>

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>