

<<旅游消费者行为研究>>

图书基本信息

书名：<<旅游消费者行为研究>>

13位ISBN编号：9787810844222

10位ISBN编号：7810844229

出版时间：2005-1

出版时间：东北财经大学出版社

作者：亚伯拉罕·匹赞姆

页数：352

字数：501000

译者：舒伯阳

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>

## <<旅游消费者行为研究>>

### 内容概要

内容全面，体系完整是本书的突出特色。

全书的22个章节涵盖了旅游消费者行为研究领域的5大方面内容：旅游消费者行为的基本概念和分析框架；旅游消费者对旅游目的地与旅游产品的选择；旅游者的感知、期望与顾客满意；旅游消费者行为的定性与定理研究方法；几类典型的旅游者（滑雪旅游者、游船旅游者、娱乐旅游者、家庭旅游者、老年女性旅游者）的消费行为。

同时，本书的每个章节均附有学习目的、关键概念以及复习思考题，方便学生和业内人士参考使用。

## <<旅游消费者行为研究>>

### 作者简介

亚伯拉罕·匹赞姆，博士，美国奥兰多中佛罗里达大学旅游管理系教授，Dick Pope Sr.研究中心负责人。

匹赞姆教授曾担任马萨诸塞大学饭店与旅游管理系研究生项目主任，是旅游管理专业领域的知名专家，曾承担了多项国际研究项目，兼任30多个国家的顾问。

他曾在美国、英国、法国、

## <<旅游消费者行为研究>>

### 书籍目录

序 第一部分 导论 第1章 与旅游业相关的消费者行为 第二部分 旅游目的地与旅游产品的选择 第2章 旅游目的地选择的影响因子评估 第3章 滑雪目的地选择的影响因子分析：“手段-目的”分析法 第4章 旅游目的地决策过程各阶段中的形象和感知性约束 第5章 旅游者的决策制定和行为过程 第6章 家庭决策与旅游行为、态度的关系 第7章 消费者决策与购前信息搜寻 第8章 影响消费者选择的情境：旅游业中的诱导效应 第9章 包价旅游与顾客忠诚 第三部分 感知、期望与满意 第10章 目的地形象及其旅后修正：以土耳其为例 第11章 对风景道路变化的价值评估 第12章 旅游期望的形成：新西兰宿营车旅游者的案例 第13章 从SERVQUAL的心理测量到性别因子：旅游者满意度的衡量 第14章 感知距离：一个旅游行为研究中被忽视的问题 第四部分 旅游者行为的研究方法 第15章 旅游研究的定量工具：知觉图的应用 第16章 旅游者行为的定性研究方法 第五部分 旅游者行为 第17章 游船旅游者消费行为的比较研究 第18章 跨文化的旅游者行为 第19章 美国休闲旅游市场的消费者行为：年长及非年长旅游者的对比分析 第20章 家庭生命周期各阶段的旅游支出模型与度假类型 第21章 旅游生活方式拓展：以新西兰为例 第22章 老年女性的旅游生活方式剖析 总论

<<旅游消费者行为研究>>

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>