第一图书网, tushu007.com

<<旅游者行为与旅游业组织行为>>

图书基本信息

书名：<<旅游者行为与旅游业组织行为>>

13位ISBN编号：9787040199253

10位ISBN编号：7040199254

出版时间：2007-2

出版时间：高等教育

作者：刘纯

页数：438

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

随着经济的发展和人民生活水平的提高，在世界范围内旅游正成为现代人类社会重要的生活方式和社会经济活动之一。
尤其是20世纪90年代以来，全球旅游业取得了长足的发展，成为继石油业、汽车业、房地产业之后世界经济中的重要支柱产业，显示出令人鼓舞的光明前景。
中国旅游业在改革开放的旗帜下，迅速转变职能，取得了辉煌的成就，充分显示出优势产业的勃勃生机与无限活力，成为国民经济新的增长点。
进入21世纪，中国旅游业仍然保持着高速发展的态势。
虽然在过去的一年多时间里，受到SARS的巨大冲击，但并没有动摇中国旅游业发展的市场基础和产业基础。
相反，经过危机的洗礼，中国旅游业的产业素质和抗风险能力得到进一步增强，必将焕发出更大的生机与活力，中国旅游经济必将进入新一轮的持续增长。
与旅游业的高速发展相适应，中国旅游教育和研究的整体水平也得到相应提升。
高等院校旅游管理专业在本科教育的基础上，开始广泛加强硕士和博士研究生教育，全面提升旅游管理专业人才的学历层次，以期更好地服务旅游产业。
为了促进我国旅游管理专业研究生教育的发展，适应高等院校旅游教育教材建设的迫切需要，教育部工商管理学科教学指导委员会旅游专业组和高等教育出版社精心策划、组织，汇集了全国重点高等旅游院校的专家、学者，由教育部工商管理教学指导委员会委员杜江教授与马勇教授任主编、田里教授与李天元教授任副主编，组织编写了这套旅游管理硕士(T-MBA)研究生系列教材，包括：《旅游管理学理论与方法》、《旅游业可持续发展研究》、《区域旅游规划、开发与管理》、《饭店管理——理论、方法与案例》、《现代旅行社管理研究》、《旅游人力资源开发与管理》、《旅游营销管理》等。
本套教材在选题上，涵盖了旅游管理理论研究领域的前沿和重点问题，具有广泛性；在理论上，采用国内外最新的研究成果作为理论依据，具有前瞻性；在内容上，既揭示了旅游管理的基本原理，又进行了实务和方法的研究，具有系统性；在体例上，也创新了内容编排形式。
本套教材既可以作为高等院校旅游管理专业硕士研究生和MBA旅游管理方向的专业教材，也可以作为旅游政府管理机构及旅游企业中高级管理人员的参考用书，还可以为其他专业人员提供培训参考与指导借鉴。
在教材编写过程中，高等教育出版社还邀请了我国旅游教育界知名的教授和专家对本套教材进行了严格的审定。
借此机会对支持和参与本套教材编、审工作的专家、学者表示衷心的感谢。
本套教材将于2004年7月陆续出版发行，欢迎全国旅游院校师生和旅游专业人士选用，并请提出宝贵意见，以利今后本套教材的修订完善。

内容概要

《旅游者行为与旅游业组织行为》荟萃了20世纪90年代以来的最新研究成果，从全球化、多元化发展的角度探讨了旅游者行为和组织行为领域的前沿理论的实践发展，全面系统地论述了旅游者行为学和组织行为学的主要内容。
全书共分三部分总计18章。
第一部分概论，主要介绍了旅游者行为学和组织行为学的研究对象、任务和研究方法；第二部分旅游者行为，从心理与行为科学、社会学以及人类学等学科的角度解释旅游者行为，探讨了旅游市场营销策略和旅游者行为的关系。
第三部分组织行为，从微观和宏观两个角度分析了组织中的个体、群体及其与组织之间的联系，内容涵盖了全球化组织管理的方方面面。
另外，《旅游者行为与旅游业组织行为》还提供了许多旅游者行为和旅游业组织行为案例。
《旅游者行为与旅游业组织行为》内容丰富，提供了大量新颖的学习方法，以便指导学生，使之成为更好的管理者。
《旅游者行为与旅游业组织行为》不仅可作为高等学校旅游管理专业和旅游管理方向研究生——（T-MBA）的教材，还可供旅游业高中层管理人员、跨国公司以及涉外企业高中层管理人员以及旅游业理论研究人员学习和参考。

书籍目录

第一部分 绪论第一章 旅游者行为学导论 第一节 旅游与旅游业第二节 旅游者行为与旅游市场第三节 旅游者行为学的研究方法本章主要术语第二章 组织行为学导论第一节 什么是组织行为学第二节 组织行为学的理论基础和内容第三节 学习组织行为学的意义第四节 组织行为学的研究方法本章主要术语第二部分 旅游者行为第三章 旅游者购买决策过程 第一节 旅游者的决策第二节 旅游者购买决策和旅游营销本章主要术语第四章 旅游者知觉第一节 感觉与知觉第二节 影响旅游者知觉的因素第三节 旅游者的知觉过程第四节 旅游者对距离的知觉第五节 旅游者对旅游地的知觉第六节 旅游者对旅游交通的知觉本章主要术语第五章 旅游者学习、习惯和品牌忠诚第一节 学习、习惯和品牌忠诚第二节 旅游行为学习第三节 旅游者学习过程本章主要术语第六章 旅游者动机第一节 动机与动机理论第二节 有关旅游者动机与行为的研究第三节 旅游动机的多样性第四节 旅游是多样性生活之源本章主要术语第七章 态度与旅游行为第一节 态度第二节 态度理论第三节 态度与旅游决策第四节 通过改变态度影响旅行行为本章主要术语第八章 旅游者的个性和生活方式第一节 个性第二节 个性与旅游者行为第三节 生活方式与旅游行为第四节 个性结构与旅游行为本章主要术语第九章 群体对旅游者行为的影响第一节 群体与参照群体第二节 群体与旅游角色第三节 家庭群体与旅游行为第四节 社会阶层与旅游行为 第五节 文化、亚文化与旅游行为本章主要术语第三部分 组织行为第十章 员工个体差异及其在组织中的行为方式第一节 个体差异对员工绩效的影响第二节 个体差异对组织绩效的影响本章主要术语第十一章 激励第一节 激励与激励模型第二节 激励的内容理论及其在组织中的应用第三节 激励的过程理论及其在组织中的应用本章主要术语第十二章 群体行为与团队建设第一节 群体第二节 群体成员的角色第三节 群体绩效第四节 群体决策第五节 团队本章主要术语第十三章 组织中的沟通第一节 沟通第二节 组织的沟通方式第三节 现代组织中的沟通第四节 有效的沟通本章主要术语第十四章 领导行为第一节 领导第二节 领导特质和领导行为第三节 权变理论第四节 领导理论的一些前沿发展本章主要术语第十五章 组织理论第一节 组织的基本原理第二节 工作设计第三节 组织文化第四节 组织变革和发展本章主要术语参考文献

章节摘录

编辑推荐

第一图书网, tushu007.com

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