

<<旅游心理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游心理学>>

13位ISBN编号：9787302226666

10位ISBN编号：7302226660

出版时间：2010-7

出版时间：清华大学出版社

作者：马继兴 编

页数：324

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

随着我国改革开放进程的加快和国民经济的高速发展，随着交通和通信技术的不断进步，旅游景区的维护、旅游文化的挖掘以及宾馆饭店设施设备的不断完善与提高，居民收入和闲暇时间的增多，使旅游正日益成为现代社会人们主要的生活方式和社会经济活动。

大众化旅游时代已经到来，旅游业也以其强劲发展势头成为全球经济中最具活力的绿色朝阳产业。

根据国家旅游局发布的《2007年中国旅游业统计公报》显示，2007年我国旅游业全年共接待入境人数达1.32亿人次，同比增长5.5%，外汇收入达419亿美元，同比增长23.5%；国内旅游人数达16.1亿人次，增长15.5%，收入达7771亿元，增长24.7%；旅游业总收入首次突破1万亿元，达1.09万亿元，增长22.6%；出境旅游达4095万人次，增长18.6%；中国继续保持全球第四大入境旅游接待国、亚洲最大出境旅游客源国的地位。

另外，根据国家旅游协会调查统计，居民因旅游每花1元钱就可以带动相关消费5元钱，直接或间接地刺激行业经济、促进140多个相关产业的发展。

旅游作为文化创意产业的核心支柱，在国际交往、商务活动、文化交流、赈灾恢复、拉动内需、解决就业、促进经济发展、丰富社会生活、构建和谐社会、弘扬中华文化等方面发挥着越来越大的作用，因而成为我国服务经济发展的重要产业，在我国经济发展中占有举足轻重的位置。

<<旅游心理学>>

内容概要

随着我国旅游服务经济的快速发展，伴随着旅游活动的开展，也产生了各种心理问题。

本书针对旅游心理问题、提供了旅游心理学的理论框架体系，结合实证案例系统介绍：旅游心理学基本概念、旅游参与者的个性心理特征、旅游活动中的心理、旅游消费者的行为模式、旅游社会文化心理、旅游产品设计心理、旅游从业人员的管理心理等基础理论知识，并注重旅游心理现象的分析，增强理论学习和应用的真实感，强调旅游心理服务技能的实用性。

由于本书逻辑结构层次清楚、内容翔实、案例生动、贴近实际、突出实用性，注重旅游服务的工作过程和岗位特色，注重实践能力的培养，且采用新颖统一的格式化体例设计；因此本书既适用普通高校大学本科旅游管理专业的教学，也可以作为专升本及高职高专院校旅游管理专业的教材，还适用于旅游企业从业者的职业教育与岗位培训。

<<旅游心理学>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 旅游和旅游活动 第二节 旅游心理学 第二章 旅游心理学研究方法 第一节 旅游心理学研究原则和过程 第二节 旅游心理学研究方法 第三节 中国旅游市场的发展 第三章 旅游参与者的个性心理特征 第一节 能力 第二节 气质 第三节 性格 第四章 旅游活动中的心理 第一节 注意 第二节 旅游活动中的感知觉过程 第三节 旅游活动中的记忆过程 第五章 旅游消费者的行为模式 第一节 旅游消费者的需要和动机 第二节 态度与旅游消费决策 第三节 旅游消费者的决策模式 第四节 影响旅游消费者决策的因素 第六章 旅游社会文化心理 第一节 旅游亚文化群体的心理特点 第二节 旅游资源地居民与旅游者心理冲突 第三节 旅游活动参与者的心理调适 第四节 旅游接待地的文化心理 第五节 中国主要旅游资源地亚文化心理分支 第六节 旅游活动对旅游资源地的影响 第七章 旅游产品设计心理 第一节 旅游产品的心理学特征 第二节 旅游产品的设计 第三节 旅游电子商务 第八章 旅游者不同旅游阶段的心理 第一节 旅游者在旅游初始阶段的心理 第二节 旅游者在旅游中间阶段的心理 第三节 旅游者在旅游结束阶段的心理 第四节 旅游者在旅游活动中的风险知觉 第九章 旅游从业人员的管理心理 第一节 人际沟通 第二节 旅游从业人员的群体心理 第三节 旅游从业人员的心理保护和调适 第十章 旅游从业人员的服务心理 第一节 旅游服务 第二节 酒店前厅服务心理 第三节 客房服务心理 第四节 餐厅服务心理 第五节 旅游购物服务心理 第六节 旅游交通服务心理 第七节 旅游者投诉心理 附录1 中华人民共和国国务院令 附录2 国务院关于修改《全国年节及纪念日放假办法》的决定 附录3 全国年节及纪念日放假办法 参考文献

章节摘录

插图：二、旅游活动（一）旅游活动的定义旅游活动是指人们出于移民和就业之外的其他目的，离开自己的常住地而外出的旅行和在外逗留。

（二）旅游活动的主要特征在旅游活动过程中任何类型的旅游活动都具有旅行与逗留、异地性、暂时性、非移民或就业性等特征。

1.旅行与逗留旅行是指旅游者在其定居地与旅游目的地之间的往返，以及在不同旅游目的地之间往来的空间位移活动；所谓逗留，则泛指旅游者在旅游目的地停留期间所进行的各种访问和生活活动。所有旅游活动的开展都涉及旅行活动和逗留活动这两个方面，表现为旅行的位移线性运动与逗留的一定范围内的点式运动。

2.异地性所有的旅游活动都是一种异地性的活动，即人们离开自己的惯常住地，前往旅游目的地开展的访问活动。

旅游活动有别于人们在其惯常住地区域范围之内开展的各种日常性的生活、工作、休闲及社交活动，虽然人们的这些活动有其类似之处，但旅游活动的发生一定是以异地性为前提。

3.暂时性所有的旅游活动都是一种暂时性的活动，即外出旅游者在结束其全程旅游活动之后，最终须返回其惯常住地，在旅游目的地短期停留，不会在旅游目的地永久定居。

按照国际上对入境旅游的统计惯例，旅游活动的暂时性是指境外来访者在目的国的连续停留时间不得超过12个月，否则将被视为永久移民或临时移民，而不再属于来访旅游者。

至于国内旅游者在本国境内到访地区的停留时限，各国往往会有其不同的规定。

<<旅游心理学>>

编辑推荐

《旅游心理学》：高等院校旅游专业系列教材,旅游企业岗位培训系列教材

<<旅游心理学>>

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>