第一图书网, tushu007.com

<<旅游心理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游心理学>>

13位ISBN编号：9787310011445

10位ISBN编号：7310011449

出版时间：2000-3

出版时间：南开大学出版社

作者：甘朝有

页数：245

字数：200000

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

内容概要

《旅游心理学》研究旅游活动中人的心理和行为规律，对于改善旅游业的经营管理和提高服务质量具有极其重要的作用。
《旅游心理学》作为旅游教育中的一门重要学科已被专家、学者和旅游业界人士所公认。
在当今中国旅游业进入大发展的时期，《旅游心理学》被列为南开大学出版社组织出版的旅游管理专业大专层次使用的教材，无疑具有十分积极的意义。
　《旅游心理学》一书为适合旅游专业大专层次教学的需要，在编写过程十分注意理论与实际的结合。
力图体现理论的探索性、知识的综合性、实用的指导性和体系的完美性。
为丰富本书的内容和满足学生的求知的需要，在编写过程中还注意博采众长，广泛吸收国内外有关著作之精华。

<<旅游心理学>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 旅游心理学的基本问题 第二节 研究旅游活动中人的行为模式第二章 旅游心理学的基本理论 第一节 旅游消费者的心理活动过程 第二节 旅游消费者的个性心理 第三节 旅游消费心理的实质第三章 旅游消费行为的基本动因 第一节 需要是旅游积极性的源泉 第二节 动机是推动旅游的直接动力 第三节 目标是引发旅游动机的重要诱因第四章 知觉、学习与旅游消费行为 第一节 知觉与旅游消费行为 第二节 学习与旅游消费行为第五章 态度、个性与旅游消费行为 第一节 态度与旅游消费行为 第二节 个性与旅游消费行为第六章 社会群体与旅游消费行为 第一节 群体与旅游消费行为 第二节 家庭与旅游消费行为 第三节 社会阶层与旅游消费行为 第四节 文化与旅游消费行为第七章 旅游活动中消费者的心理及其发展趋势 第一节 旅游活动过程中的消费心理 第二节 旅游消费过程中消费者的角色心理 第三节 旅游消费过程中消费者的审美心理 第四节 旅游消费心理发展趋势第八章 旅游企业活动中的消费服务心理 第一节 旅游服务的涵义与性质 第二节 优质服务与服务心理第九章 旅游服务人员的心理素质与职业意识 第一节 旅游职业对服务人员心理素质的要求 第二节 旅游服务人员的职业意识第十章 旅游企业活动中的人力资源发挥 第一节 旅游企业职工工作动机的激发 第二节 旅游企业职工情绪的控制 第三节 旅游企业职工问题行为的矫正第十一章 旅游企业活动中的群体行为与群体动力 第一节 旅游企业活动中的群体行为 第二节 旅游企业活动中的群体动力第十二章 旅游企业活动中领导者的心理风貌与风范 第一节 旅游企业家的素质 第二节 旅游企业家的领导风格与艺术参考书目

章节摘录

二、情感过程　旅游消费者在认识旅游产品和服务的时候，并不是无动于衷的，常常会伴随着满意或不满意，喜欢或厌恶，愉快或不愉快等态度体验。
欢乐、悲哀、愤怒、恐惧、憎恨等等都是情绪或情感的不同表现形式。
心理学家们研究认为，情绪和情感都是由客观现实引起的。
对于旅游消费者来说，旅游产品和服务的不同特点及其与人之间所存在的关系不同，人们对这些产品和服务就会抱有不同的态度，获得不同的体验。
当这些产品和服务符合人的需要时就产生满意、愉快、欢乐等积极的情绪和情感；反之，则产生忧伤、丧气、恐惧等消极的情绪和情感。
情感一经产生，具有动力作用。
在旅游消费活动中积极的情感能推动人们去进行各种各样的活动。
对于旅游业来说，采取有效的方法激发和强化旅游消费者的积极情感，抑制和化解旅游消费者的消极情感，对促进旅游产品和服务的销售具有重要意义。
　三、意志过程　在旅游消费活动中，旅游消费者能自觉地确定旅游购买活动的目的，并且为实现预定的目的有意识地支配和调节自己的行动的心理活动过程就是意志过程。
意志过程是人的意识能动作用的表现。

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