

<<旅游心理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游心理学>>

13位ISBN编号：9787502596446

10位ISBN编号：7502596445

出版时间：2007-7

出版时间：化学工业出版社

作者：孙庆群 编

页数：230

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>

## <<旅游心理学>>

### 内容概要

旅游心理学是一门针对旅游者和旅游业的特点,运用心理学等学科的基础理论、结合现代旅游的实践,研究旅游者心理活动和旅游行为规律的科学。

本书介绍了旅游心理学研究的对象、方法和意义,阐明了旅游心理学与普通心理学、社会心理学、管理心理学等相关理论之间的关系,系统讲解了旅游者知觉、旅游动机、旅游者态度、旅游者人格、旅游者的情绪和情感、旅游审美心理、旅游择业心理、饭店服务心理、旅游服务心理和旅游企业员工的心理保健等方面的知识。

本书每章均有学习目标、开篇案例、本章小结、实训练习及复习思考题等,以激发学生自主学习的积极性。

本书可作为高职高专院校旅游管理类专业学生的教材,也可作为企业营销人员提高素质和培训的参考用书。

## &lt;&lt;旅游心理学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 旅游心理学概述	第一节 旅游心理学研究的对象和内容	一、旅游心理学研究的对象
	二、旅游心理学研究的内容	二、旅游心理学研究的内容
二、旅游心理学研究的主要方法	第二节 旅游心理学的研究方法	一、旅游心理学的研究原则
	第三节 研究旅游心理学的意义	一、有助于更好地解释旅游行为
		二、有助于旅游事业的发展 and 旅游服务质量的提高
		三、有助于提高旅游企业的经营和管理水平
		四、有助于科学合理地开发旅游资源和安排旅游设施
		五、有助于旅游市场的细分
		六、有助于旅游市场的预测
		七、有助于为旅游者提供更加丰富的旅游体验
		本章小结 实训练习 复习与思考题
第二章 旅游心理学相关理论	第一节 普通心理学	一、什么是心理学
		二、心理学的发展
		三、普通心理学
	第二节 社会心理学	一、什么是社会心理学
		二、社会心理学的研究内容
	第三节 管理心理学	一、个体心理
		二、群体心理
		本章小结 实训练习 复习与思考题
第三章 旅游者知觉	第一节 旅游知觉概述	一、旅游知觉的特性
		二、影响旅游知觉的因素
		三、旅游知觉的种类
	第二节 旅游中的社会知觉	一、对人的知觉
		二、人际知觉
		三、自我知觉
	第三节 旅游者对旅游条件的知觉	一、对旅游点的知觉
		二、对旅游距离的知觉
		三、对旅游交通的知觉
	第四节 旅游者的风险知觉	一、风险知觉的种类
		二、风险知觉产生的原因
		三、消除风险的方法
		本章小结 实训练习 复习与思考题
第四章 旅游动机	第一节 动机概述	一、什么是动机
		二、动机的分类
	第二节 旅游者的旅游动机	一、旅游动机及其原因分析
		二、影响旅游动机产生的客观因素
		三、旅游动机的分类
		第三节 旅游动机的激发
		一、努力开发有特色的旅游产品
		二、加强旅游企业管理,提高旅游服务质量
		三、加强旅游宣传,为旅游者提供信息
		本章小结 实训练习 复习与思考题
第五章 旅游者的态度	第一节 态度概述	一、态度的定义
		二、态度的属性
		三、态度的结构
		四、态度的形成
	第二节 旅游者的态度与旅游行为	一、旅游者的态度与行为定义
		二、旅游态度与旅游决策
		三、旅游偏好的形成
	第三节 旅游者态度的转变	一、态度转变的定义
		二、影响旅游者态度转变的因素
		三、改变旅游者态度的原因
		四、改变旅游者态度的方法
		本章小结 实训练习 复习与思考题
第六章 旅游者人格	第一节 人格与人格理论	一、人格定义
		二、人格的属性
		三、人格理论
	第二节 人格类型与旅游行为	一、人格类型
		二、人格类型与旅游行为
		三、从旅游行为看人格类型
	第三节 人格特征结构与旅游行为	一、旅游者的人格特征
		二、旅游者的行为类型与人格特征
		三、旅游者的人格结构
		四、旅游者的人格结构与旅游行为
		本章小结 实训练习 复习与思考题
第七章 旅游者的情绪和情感	第一节 情绪、情感概述	一、情绪、情感的概念
		二、情绪与情感的关系
		三、情绪的两极性
		四、情绪的外部表现——表情
		五、情绪、情感的分类
		六、情绪的理论
	第二节 旅游者的情绪、情感	一、旅游者情绪、情感的特征
		二、影响旅游者情绪、情感的因素
		三、情绪、情感对旅游者行为的影响
		四、旅游者消极情绪的调节方法
		本章小结 实训练习 复习与思考题
第八章 旅游审美心理	第一节 旅游审美心理概述	一、旅游审美心理学
		二、旅游审美心理的特点
		三、审美心理学建设的回顾
		四、现代审美心理学的流派
	第二节 旅游审美心理要素	一、审美感知
		二、审美联想和审美想象
		三、审美情感
		四、审美理解
	第三节 旅游审美态度	一、审美态度
		二、审美距离说
		三、导游员如何引导游客的审美历程
		本章小结 实训练习 复习与思考题
第九章 旅游择业心理	第一节 旅游择业对旅游服务的影响	第二节 旅游业就业现状
		一、旅游业的就业前景
		二、旅游业的就业现状
	第三节 旅游择业的消极心理	一、旅游专业毕业生择业的消极心理
		二、下岗失业人员择业的消极心理
	第四节 旅游择业心理疏导	一、气质类型与旅游择业
		二、性格倾向与旅游择业
		三、能力、兴趣与旅游择业
		四、确定择业价值标准
		本章小结 实训练习 复习与思考题
第十章 饭店服务心理	第一节 饭店服务人员的基本心理要求	一、客人的一般心理分析
		二、饭店服务人员的职业意识
		三、饭店服务人员的心理素质
	第二节 前厅服务心理	一、客人对前厅接待的心理需求
		二、前厅服务心理策略
	第三节 客房服务心理	一、客人对客房服务的心理需求
		二、客房服务心理策略
	第四节 餐厅服务心理	一、旅游者对餐厅服务的心理需求
		二、餐厅服务心理策略
	第五节 旅游商品服务心理	一、游客购物心理需求
		二、旅游商品服务的心理策略
		本章小结 实训练习

## &lt;&lt;旅游心理学&gt;&gt;

复习与思考题第十一章 导游服务心理 第一节 导游员在旅游活动中的作用 一、导游服务是旅游服务质量的标志 二、导游员是旅游地的宣传者 三、导游员是游客行程的“总导演” 四、导游员是国家利益的维护者 第二节 旅游者的游览心理需求 一、刚到异地旅游者的心理需求 二、行程中旅游者的心理需求 三、将要离开旅游地旅游者的心理需求 第三节 导游员应具备的基本素质 一、广泛的兴趣爱好 二、开朗、乐观的性格 三、敏锐的感知力和观察力 四、良好的语言表达能力 五、坚强的意志 六、灵活机动、有一定的预见能力 第四节 导游员服务心理策略 一、树立良好的第一印象 二、运用眼神的魅力进行微笑服务 三、灵活组织导游活动 四、提供超常服务 第五节 客人投诉心理 一、引起旅游者投诉的原因 二、旅游者投诉的心理分析 三、处理旅游者投诉的原则 本章小结 实训练习 复习与思考题第十二章 旅游企业员工的心理保健 第一节 心理健康概述 一、心理健康的概念 二、心理保健的意义 第二节 旅游企业员工的心理障碍 一、员工常见情绪问题造成的心理困扰 二、人际交往方面的困扰 三、情绪与交往方面的困扰 四、社会适应方面造成的困扰 第三节 心理保健方法 一、心理防御机制 二、员工心理保健的科学方法 本章小结 实训练习 复习与思考题参考文献

## 章节摘录

第一章 旅游心理学概述 开篇案例 费解的门票 在美国，发生过这样一个故事，某年的8月初，一对夫妇约上三位朋友一行五人去亚特兰大旅游。当他们到达石头山公园时，发现门票标价是6美元，乘坐园内的缆车、火车等其他游乐设施还要另外买票。

大家都认为缆车通到山顶，视野绝佳，胜过其他游乐设施，于是决定只坐缆车。当他们去售票窗口想买5张缆车票时，售票小姐亲切地告诉他们，缆车票每张16美元，但只能用于坐缆车一项，如果花7.5美元买一张Pass，可以玩遍园内所有的景点。

16美元只能玩一项，7.5美元却可以玩所有的游乐设施？一定是售票小姐说错了或者是把两项的价格说反了？

他们这样猜测着。

当其中一位朋友正要请售票小姐重新说一遍时，反应较快的另一位朋友向他挤了一下眼儿，示意他不要再问，同时告诉售票小姐要5张Pass。

买好票后大家窃喜，挤眼的那位朋友说：“如果再问，售票小姐发现说错了，我们就买不成了。4虽然大家曾想到，明知售票小姐卖错了票而不明示有点不合适，但过了一会儿他们还是忘掉了内疚。

大家玩遍了所有的项目，花的时间比预计的多出了很多。

原定到市内的中餐馆吃晚餐，结果也改在了公园内的餐饮部吃饭。

亚特兰大城天气闷热潮湿，他们不停地买饮料喝，而且公园内又有很多工艺品店，大家几乎在每家店都流连许久，每个人都塞满了大包小包。

他们一直沉浸在占了很大便宜的喜悦之中，但因天色已晚，必须返回市区住宿。

离开公园前，为了求证票价，他们又特意来到售票处仔细察看窗口旁的价目表，令大家费解的是，票价表上的确写着：缆车票价16美元，Pass7.5美元，售票小姐并没有卖错票呀！

去停车场的路上，他们一行5人一直为这事儿纳闷，谁都说不出来所以然来，直到上车时大家把大包小包放到车里，感觉空间有点紧张时才恍然大悟。

本来他们打算在公园里坐完缆车后回到亚特兰大城吃晚饭，并在市区逛街购物，这样，公园只能从他们身上赚到16美元的缆车费。

但有了这张Pass，他们便改在公园吃饭、喝饮料、购物，平均每人消费70~80美元。

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>