

<<旅游心理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游心理学>>

13位ISBN编号：9787503852930

10位ISBN编号：7503852933

出版时间：1970-1

出版时间：中国林业出版社

作者：邹本涛，赵恒德 主编

页数：281

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>>

前言

1845年,托马斯·库克成立世界上第一家旅行社,标志着世界旅游业的出现。

但是作为真正意义上的现代旅游业,则始于20世纪50年代的欧美。

从那时至今,旅游从少数上层阶层所能享受的活动发展到现今大众旅游和社会旅游时代,仅经历了50多年的时间。

在这短短50多年的历程中,世界旅游业发展大大超出世界经济总体发展速度,成为世界上最大的产业之一。

世界旅游组织的统计数字显示,2005年国际旅游人数首次突破8亿人次,全球平均增长率高达5.5%

:2006年国际旅游人数达到8.42亿万人次,同比增长4.5%,超出了旅游业的预期。

世界旅游组织预测,到2010年,全世界每年将有10亿多人出国旅游。

旅游不仅对世界各国的经济发展产生积极而深远的影响,同时它已成为人们生活中的一部分,还是影响人们生活方式和生活观念的一个重要因子。

中国是一个旅游资源大国,有着得天独厚的自然旅游资源和人文景观优势。

上下几千年的文明沉淀,方圆960万km。

的国土,使中国的旅游资源在世界上无与伦比。

尽管我国旅游业起步于20世纪80年代初,但经过30余年的发展,中国正从一个旅游资源大国走向旅游接待大国,旅游业在国民经济中的地位和作用日益凸显,其强劲的发展势头受世界关注。

2006年,我国国内旅游人数13.94亿人次,入境旅游人数12494万人次,全国旅游外汇收入339.49亿美元,出境旅游总人数为3452.36万人次。

世界旅游组织预测,到2015年-中国将成为世界上第一大入境旅游接待国和第四大出境旅游客源国。

届时中国入境旅游人数可达2亿人次,国内旅游人数可达26亿人次以上,出境旅游人数可达1亿人次左右,游客市场总量可达30亿人次左右,居民人均出游可达2次,旅游业总收入可达2万亿元人民币左右。

“十一五”期间中国旅游业将每年新增直接就业70万人、带动间接就业350万人。

到2015年,中国旅游直接拉动和间接就业总量将达1亿人左右。

蓬勃发展、无限生机的旅游业,给旅游教育,尤其是高等旅游教育带来了巨大的机遇和挑战。

旅游管理是工商管理下面的一个小学科,却面向的是大产业,如何使旅游学科做大做强,更好地为旅游产业服务,为21世纪旅游业发展培养所需各类人才,是每一个旅游教育工作者所要思考的问题。

做大做强旅游学科,使旅游教育要与旅游产业的发展同步,就必须加大旅游学科建设的力度,其中之一就是要搞好旅游教材的建设,因为,教材是体现教学内容和教学方法的知识载体,是进行教学的基本工具,也是深化教育教学改革,全面推进素质教育,培养创新人才的重要保证。

<<旅游心理学>>

内容概要

本书是21世纪全国高等院校旅游管理系列实用规划教材之一，共分14章，以旅游者心理为中心，深入探讨了旅游心理学的特定内涵、研究对象、研究意义、研究方法、理论基础、研究概况等旅游心理学自身建设问题，全面介绍了旅游知觉、旅游者情绪与情感、旅游需要与动机、旅游兴趣与旅游态度、旅游者的气质与性格、旅游交通心理、旅游食宿心理、游览心理、旅游购物心理、旅游审美心理、旅游服务接受心理、旅游投诉与诉讼心理、旅游心理的影响因素及对策等旅游者心理系统知识。

本书的基本特色是：摒弃心理学原理+旅游案例的写法，直指旅游心理本身，对旅游心理学重要概念做出科学的界定，对旅游者动态心理过程进行整体勾勒，注重理论与实际的结合，配有丰富翔实的经典案例。

本书也可以作为旅游管理人员和其他相关科研人员、业务人员的参考读物。

<<旅游心理学>>

书籍目录

序前言	第1章 旅游心理学导论	1.1 旅游心理学及其对象、意义与方法	1.1.1 旅游心理学及其特点
		1.1.2 旅游心理学的研究对象	1.1.3 旅游心理学的研究意义
		1.1.4 旅游心理学的研究方法	1.1.4 旅游心理学的研究方法
	1.2 旅游心理学的理论基础	1.2.1 旅游学	1.2.2 普通心理学
		1.2.3 社会心理学	
	1.3 旅游心理的研究概况	1.3.1 国外的旅游心理研究	1.3.2 国内的旅游心理研究
	第2章 旅游知觉	2.1 旅游知觉概述	2.1.1 旅游知觉及其分类
		2.1.2 旅游知觉特性与影响因素	2.2 旅游者对他人、自我、人际的知觉
		2.2.1 旅游者对他人的知觉	2.2.2 旅游者对自我的知觉
		2.2.3 旅游者对人际的知觉	2.3 旅游者对时间、距离、目的地地知觉
		2.3.1 旅游者对时间的知觉	2.3.2 旅游者对距离的知觉
		2.3.3 旅游者对目的地知觉	第3章 旅游者的情绪与情感
	3.1 旅游者的情绪	3.1.1 旅游者的情绪及其种类	3.1.2 旅游者的情绪表现与特征
		3.1.3 旅游者的情绪体验	3.2 旅游者的情感
		3.2.1 旅游者的情感及其种类	3.2.2 旅游者的情感体验
	3.3 旅游者情绪、感情的影响因素与激发	3.3.1 旅游者的情绪、感情与旅游心理及行为	3.3.2 影响旅游者情绪、情感的因素
		3.3.3 旅游者情绪、情感的调控与激发	第4章 旅游需要与旅游动机
	4.1 旅游需要	4.1.1 旅游需要的含义及产生的条件	4.1.2 旅游需要的类型与特点
		4.1.3 旅游需要的发展趋势与对策	4.2 旅游动机
		4.2.1 旅游动机的含义与产生的条件	4.2.2 旅游动机的分类与特点
		4.2.3 旅游动机的影响因素与动机激发	第5章 旅游兴趣与旅游态度
	5.1 旅游兴趣	5.1.1 旅游兴趣的内涵与产生	5.1.2 旅游兴趣的分类
		5.1.3 旅游兴趣的品质特征	5.1.4 旅游兴趣的功能
	5.2 旅游态度	5.2.1 旅游态度的内涵与特征	5.2.2 旅游态度的功能与旅游决策
		5.2.3 旅游态度的形成与改变	第6章 旅游者的气质与性格
	6.1 旅游者的气质	6.1.1 气质及其特点	6.1.2 气质类型与旅游行为
		6.1.3 针对不同气质旅游者的心理服务	6.2 旅游者的性格
		6.2.1 性格及其特征	6.2.2 性格类型与旅游行为
		6.2.3 旅游者性格的测量与判断	第7章 旅游交通心理
	7.1 旅游交通心理概述	7.1.1 旅游交通与旅游交通心理的含义	7.1.2 旅游交通心理的一般历程
		7.1.3 交通心理的个别差异	7.2 旅游交通知觉
		7.2.1 对飞机的知觉	7.2.2 对大型游览车的知觉
		7.2.3 对旅游列车的知觉	7.2.4 对游船的知觉
		7.2.5 对汽车的知觉	7.3 旅游交通需求
		7.3.1 旅游交通心理需求	7.3.2 改进旅游交通服务的对策
	第8章 旅游食宿心理	8.1 旅游食宿心理概述	8.1.1 旅游食宿与旅游食宿心理的含义
		8.1.2 旅游食宿心理的主要类型	8.1.3 影响旅游食宿心理的因素
	8.2 旅游食宿的一般需求	8.2.1 旅游饮食的一般心理需求	8.2.2 旅游住宿的一般心理需求
	8.3 饭店服务的心理需要	8.3.1 前厅服务的心理需求	8.3.2 客房服务的心理需求
		8.3.3 餐厅服务心理需求	第9章 旅游者浏览心理
	9.1 旅游者浏览心理概述	9.1.1 游览与浏览心理的含义	9.1.2 游客游览心理活动的特点
		9.1.3 不同阶段的游览心理	9.1.4 不同旅游者的游览心理
	9.2 旅游者对景观的心理需求	9.2.1 旅游者对景观的心理需求	9.2.2 旅游资源开发的心理原则
	9.3 旅游者对导游服务的心理需求	9.3.1 对导游人员心理素质的需求	9.3.2 对导游员服务艺术的需求
		9.3.3 导游服务的心理对策	第10章 旅游购物心理
	10.1 旅游购物心理概述	10.1.1 旅游购物与旅游购物心理的含义	10.1.2 旅游购物心理的结构
		10.1.3 旅游购物心理的特点	10.1.4 旅游购物心理的个体差异
	10.2 旅游者购物需要与动机	10.2.1 旅游者购物需要	10.2.2 旅游者购物动机
	10.3 旅游购物心理的影响因素与对策	第11章 旅游审美心理
	第12章 旅游服务接受心理	第13章 旅游投诉与诉讼心理	第14章 旅游心理的影响因素
	参考文献		

章节摘录

2.2.1 旅游者对他人的知觉 2.2.1.1 旅游者对他人知觉的含文旅游活动中，人对人的知觉是普遍存在的，对人的知觉主要是指对别人的外表、语言、动机、性格等的知觉。

旅游者对他人的知觉属于人对人的知觉，是指旅游者对他人的行为、心理及其附属物等现象的整体反映。

这里的“他人”是指作为个体的“他人”，包括旅游从业人员、旅游地居民、其他旅游者；“他人的行为”是指他人的外显活动；“他人的心理”是指他人的内隐活动；“他人的附属物”包括他人的民族、国籍、职业、地位、角色等。

对他人心理和附属物的知觉，最常见的是对他人性格和角色的知觉。

对他人性格的知觉性格是个体对待现实稳定的态度和与之相适应的习惯化的行为方式的心理特征，是人的心理差异的重要方面，是个性的核心。

通过对一个人的性格的深入了解，我们就可以预测这个人在一定的情境中的行为特点。

比如，知道一个人热心肠、讲义气，我们就可以预测在紧急情况下他会挺身而出、见义勇为；吹毛求疵的旅游者，我们预测他在旅游中会比较爱挑剔。

对他人角色的知觉角色是指人在社会上所处的地位、从事的职业、承担的责任以及与此有关的一套行为模式。

例如，教师、医生、导游服务员、司机等对角色的知觉主要包括2个方面：根据某人的行为判断他是什么职业；对有关角色行为的社会标准的认知，例如，对医生这一角色，认为他的行为标准应该是救死扶伤、沉着冷静、值得信赖等。

2.2.1.2 旅游者对他人知觉的途径一般情况下，人们对他人的知觉首先是通过感官去感知对方的言谈举止、神情仪表、行为方式，然后进行深入的了解、判断。

所以，观察他人的言谈、举止、表情、行为方式，既是知觉他人的开始，也是知觉他人的途径。

(1) 言谈言语是思维的工具，“欲知心腹事，但听口中言”。

不仅其内容反映一个人的心理活动、行为趋向、民族国籍等（通过如实叙述），以及语音、语调、语速的形式变化也能充分反映一个人的某一方面真实状况。

语音轻快，表明心情愉快；语调高亢嘹亮，表明情绪激昂；语速急促，表明心理紧张。

所以，旅游者常常通过言语知觉他人。

在旅游服务接受过程中，服务人员言语清晰得体、纯正悦耳，旅客会有柔和、愉快、亲切之感，并据此做出“服务态度上乘”的判断；反之，服务语言不中听，生硬、唐突、刺耳，旅客会感到很难受，结论自然是“服务态度恶劣”。

<<旅游心理学>>

编辑推荐

《旅游心理学》也可以作为旅游管理人员和其他相关科研人员、业务人员的参考读物。

<<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>