

<<航空服务心理与实务>>

图书基本信息

书名：<<航空服务心理与实务>>

13位ISBN编号：9787540849573

10位ISBN编号：7540849576

出版时间：2008-8

出版单位：四川教育出版社

作者：魏全斌 等编

页数：150

字数：215000

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>

<<航空服务心理与实务>>

前言

“十五”期间，我国的国民经济保持了持续快速的增长，伴随产业的重组，我国民航业进入了第二个高速发展期，逐步呈现出迅猛发展的趋势。

根据中国民航总局的规划，“十一五”期间我国民航机队规模将大幅度的增大。

许多国外航空公司开辟了中国航线，对中国航空服务人才的需求也在不断增加。

这些因素都使民航专业人才的需求呈现上升趋势。

中国民航迎来了前所未有的发展和机遇，但同时，中国民航业也面临着市场经济的严峻挑战和激烈竞争。

在硬件技术差距越来越小的航空市场，市场的竞争也不再是单一的价格与技术的竞争，服务的竞争逐渐成为竞争的主要内容。

航空服务成为决定航空企业服务质量与经济效益的一个极其重要的因素。

只有拥有最完美服务的企业才是客户值得永远用行动和货币去支持的企业。

只有让航空乘客满意，航空企业才能获得良好的发展。

民航业的快速、多样化发展，对航空服务人才的大量需求，使民航业人才培养的模式也从原来单一依靠民航系统院校培养，发展成为多层次的职业学校的培养模式。

为了贯彻“以就业为导向、以服务为宗旨”的职业教育办学方针，适应职业院校人才培养和素质教育的需要，同时适应职业学校课程设置要求，我们组织了一批在职业教育战线多年从事教学、研究工作的教师和技术骨干编写了这套面向中等职业学校航空服务专业的教材。

航空服务的特殊性要求航空服务人员不仅要有过硬的专业素质和技能，更要有良好的心理素质及一定的心理学知识。

我们编写的《航空服务心理与实务》，把心理学知识与航空服务有机结合起来，并且适应中等职业学校航空服务专业课程设置与教材对于科学性、针对性、规范性的要求，使教材更适合学科教学和行业发展的需要。

本书还结合国内外相关专业的最新信息，努力缩短教材与行业之间的距离，时代感和针对性强；结合中等职业学校学生实际，内容丰富，形式活泼，深入浅出，可读性和操作性强。

该教材力求让学生了解航空服务的本质及航空旅客的心理需求，达到强化航空服务意识、端正航空服务态度、优化航空服务环境、最终提高航空服务质量的目的。

<<航空服务心理与实务>>

内容概要

本书把心理学知识与航空服务有机结合起来，并且适应中等职业学校航空服务专业课程设置与教材对于科学性、针对性、规范性的要求，使教材更适合学科教学和行业发展的需要。

本书还结合国内外相关专业的最新信息，努力缩短教材与行业之间的距离，时代感和针对性强；结合中等职业学校学生实际，内容丰富，形式活泼，深入浅出，可读性和操作性强。

该教材力求让学生了解航空服务的本质及航空旅客的心理需求，达到强化航空服务意识、端正航空服务态度、优化航空服务环境、最终提高航空服务质量的目的。

<<航空服务心理与实务>>

书籍目录

- 第一章 航空服务心理学概述
 - 第一节 走近心理学
 - 第二节 航空服务知多少
 - 第三节 什么是航空服务心理学
- 第二章 航空服务人员能力品质的培养
 - 第一节 观察能力的培养
 - 第二节 注意能力的培养
 - 第三节 表达能力的培养
 - 第四节 劝说能力的培养
 - 第五节 倾听能力的培养
- 第三章 航空旅客的感知觉与航空服务
 - 第一节 航空旅客的感知觉
 - 第二节 影响航空旅客感知觉的因素
 - 第三节 航空服务人员航空旅客的感知觉
- 第四章 航空旅客的需要与服务
 - 第一节 需要的含义及需要层次理论
 - 第二节 航空旅客的服务需要
 - 第三节 特殊航空旅客的服务需要
- 第五章 航空旅客的个性心理特征与服务
 - 第一节 个性的含义和心理特征
 - 第二节 航空旅客的个性特征及航空服务
- 第六章 航空服务中的情绪、情感与服务
 - 第一节 情绪的含义和心理特征
 - 第二节 航空旅客的情绪情感特征
 - 第三节 航空服务人员的情绪与航空服务
 - 第四节 航空服务人员的情绪调控
- 第七章 航空服务的态度要求
 - 第一节 态度的含义和特征
 - 第二节 航空服务中提高旅客满意度的目的和意义
 - 第三节 航空服务人员的态度要求
- 第八章 航空服务中的人际关系处理
 - 第一节 人际关系及影响人际关系的因素
 - 第二节 人际交往的原则和作用
 - 第三节 航空服务中的客我交往及影响因素
 - 第四节 航空服务中客我交往的原则及交往技巧
- 第九章 航空服务中的沟通策略
 - 第一节 沟通的含义和作用
 - 第二节 航空服务中的沟通策略与技巧
 - 第三节 航空服务中常见的沟通障碍与应对
- 第十章 航空服务各岗位服务心理与策略
 - 第一节 电话订座与售票处服务心理与策略
 - 第二节 值机处服务心理与策略
 - 第三节 候机室服务心理与策略
 - 第四节 空中服务心理与策略
 - 第五节 行李查询服务心理与策略

<<航空服务心理与实务>>

第六节 民航宾馆服务心理与策略(前台、客房)

第七节 民航餐厅服务心理与策略

第八节 民航商场服务心理与策略

第十一章 航空服务中旅客的冲突、投诉心理与服务

第一节 冲突与投诉的原因

第二节 冲突、投诉的一般心理与服务

<<航空服务心理与实务>>

章节摘录

插图：第一节 需要的含义及需要层次理论一、什么是需要我们人类在早期社会生活中，从维持生存和延续后代的需求出发，产生了最初的需要。

饿了就需要食物；冷了就需要衣服；累了就需要休息；然而仅仅是温饱的需要还不够，为了生存和发展还必然产生社会需求。

例如，通过劳动创造财富，改善生存条件；通过人际交往，沟通信息，交流感情，相互协作。

这些生理需求和社会需求反映在个体的头脑中，就形成了我们的需要。

随着人类社会生活的日益进步，为了提高物质文化水平，逐步形成了高级的物质需要和精神需要。

为了这些需要或需求，人们就必然去追求、去争取、去努力。

因此，正如一些心理学家所说：“需要是积极性的源泉”“需要是人的思想活动的基本动力”。

没有它的存在，人的行为，尤其是有意识目的的行为就不可能发生。

人的需要多种多样。

按需要的属性，需要可分为生理性需要和社会性需要。

生理性需要是人与生俱有的。

它反映的是人对延续生命、繁衍后代所必须的客观条件的需要。

生理性需要，人和动物都有，但有本质的区别。

社会性需要是人类特有的。

科学文化知识需要，艺术需要，道德需要以及劳动工具、生活用品、学习用品的需要等，都是人的一些社会性需要。

人的社会性需要是在社会生产、社会交往、社会生活中形成的。

生活在不同历史时期、有不同政治经济制度、不同文化背景、不同阶级和不同风俗习惯中的人，其社会性需要会有所不同。

按照需要的对象，可将需要分为物质性需要和精神性需要。

物质性需要，包含吃、穿、用、住、行、劳动工具、文化用品等方面的需要。

随着历史的进步，人的物质性需要的内容、种类、表现形式会不断趋向丰富和复杂。

精神性需要属于更高级的需要。

如参加科学文化知识学习、参加社会活动、进行品德修养、培养审美情趣等，都属精神性需要之列。

同样，生活在不同历史时代、不同政治经济制度、不同阶级与民族、不同文化背景中的人，精神需要也会有所不同。

随着社会生产力的日益发展，人的新的精神性需要会不断产生。

<<航空服务心理与实务>>

编辑推荐

《航空服务心理与实务》为四川教育出版社出版。

<<航空服务心理与实务>>

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>