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：9787806531006

10位ISBN编号：7806531009

出版时间：2000-05

出版时间：广东旅游出版社

作者：吕勤

页数：348

字数：253000

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

旅游心理学是从心理学角度研究旅游和旅游业的一门新型学科。
国外学者对这一领域的研究始于20世纪70年代末期，我国学者也随后在80年代中期开始了旅游心理学的教师与科研。
　国外学者对旅游心理学的研究有两条思路。
一种是以旅游消费者为对象，研究旅游者消费行为的一般规律；另一种是研究旅游工作者和旅游者的互动关系。
前者以美国学者小爱德华·J·梅奥和兰斯·P·贾维斯的著作《闲暇旅行心理学》为代表，该书以旅游企业如何有效地进行市场营销出发点，详细地分析了知觉、学习、人格、动机、态度等心理因素以及角色与家庭、参照群体、社会阶层、文化和亚文化等社会因素对旅游消费行为的影响。
后者以相互作用分析为理论基础，对旅游接待业中的人际关系进行了深刻的分析。
本书借鉴了这两种思想的研究，吸取了日本学者的旅游和服和心理学思想，并在我国学者大量研究成果的基础上建立了一个比较完整的旅游心理体系。

第一图书网, tushu007.com

作者简介

吕勤，1965年生于湖北省武汉市，1987年毕业于武汉大学，文学学士。
现为中国旅游学院讲师，长期从事旅游心理学的教学与科研工作。
发表论文《试论旅游者的旅游动机》等数篇，参加撰写的著作有《中国社会心理学》等5部。

<<旅游心理学>>

书籍目录

心理篇——从心理学角度看现代旅游者 第一章 旅游者的感觉和知觉　第一节 旅游者的感觉　第二节 旅游者的知觉 第二章 旅游者的动机和人格　第一节 旅游者的机动　第二节 旅游者的人格 第三章 旅游者的态度和学习　第一节 旅游者的态度和学习　第二节 旅游者的学习 第四章 旅游者的审美心理　第一节 旅游审美的心理要素　第二节 审美心理学理论与旅游营销篇——吸引旅游者的策略 第五章 旅游消费心理　第一节 旅游消费者心理过程　第二节 旅游消费决策　第三节 自我概念与旅游消费 第六章 影响旅游消费的社会因素　第一节 社会主义对旅游消费的影响　第二节 家庭对旅游消费的影响　第三节 社会阶层对旅游消费的影响　第四节 社会群体对旅游消费的影响 第七章 旅游广告心理　第一节 旅游广告概述　第二节 旅游广告的心理策略服务篇——以优质的服务赢得旅游者满意 第八章 旅游服务的双重性　第一节 功能服务和心理服务　第二节 心理服务的要诀之一　第三节 心理服务的要诀之二 第九章 旅游服务的双因素　第一节 必要因素和魅力因素　第二节 心理服务的双因素　第三节 如何体现出对客人的特别关照 第十章 补救性服务　第一节 补救性服务的必要性　第二节 要善于采取补救性措施　第三节 耐心而诚恳地接待客人的设诉人际关系篇——如何分析和处理复杂的旅游人际关系管理篇——没有优质的管理就没有优质的服务后记

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