

<<旅游心理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游心理学>>

13位ISBN编号：9787807660132

10位ISBN编号：7807660139

出版时间：2009-1

出版时间：广东旅游出版社

作者：秦炜

页数：210

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

近年来,随着旅游产业的兴起,中国已经成为一个旅游大国,旅游经济发展十分迅速,旅游从业人员的规模日益壮大。

与此同时,旅游教育事业也得到了空前的发展,尤其体现在旅游职业教育上,职业学校的数量和规模发展都非常迅猛,据不完全统计,到目前为止全国已有近千所中等职业旅游学校,在校学生达到40万人之多。

然而,在职业教育发展迅速的同时,我们也应该看到当前的中职旅游教育还存在一些不足之处,主要体现在几个方面:一是中职课程目标定位模糊,缺乏社会岗位的针对性,不少学校过于重视学科理论的系统性,而忽视了对学生综合素质和能力的培养,造成人才培养与需求的脱节;二是课程模式缺乏实践性,背离了职业教育培养技能型应用型人才的初衷,导致学生动手能力不强,职业意识低下;三是教材内容过于陈旧,缺乏时代性和一定的前瞻性,旅游业发展日新月异,教师如果不注重知识更新,不关注教学内容的行业应用前景,学生就无法“学以致用”,更谈不上成为合乎国际化标准的高素质复合型人才。

为适应当前旅游职业教育的发展和需要,加强中职中专旅游学科的建设,完善旅游课程的课堂教学知识体系,我社特组织了广东省旅游学校、广州市旅游商贸职业学校、广州市旅游学校等相关院校的专业教师编写了这套“新思维中职中专旅游精品教材”。

本套教材立足于最新中等职业旅游课程教学大纲,采取有新意、重实用、高标准的编写原则,力求体现出以下特点:一是职业教育性,以提高学生的职业素质和能力为出发点,使其通过学习获得相关技术等级和职业资格,提升就业竞争力;二是内容的先进、精简和实用性,结合发展潮流,体现最新趋向,以实用为中心,力戒臃肿深奥,少涉空洞理论,合理设置案例和趣味内容;三是适用于课堂教学,突出中职教学的特点,在教材的内容编排上既充分考虑学生的参与和互动,又兼顾教师的授课效率,统一而又灵活。

本套教材适合于中等职业旅游学校(包括开设有旅游专业的综合性中职学校)相关专业学生作为教材,也可作为旅游业从业人员培训、自修的参考用书。

<<旅游心理学>>

内容概要

为适应当前旅游职业教育的发展和需要，加强中职中专旅游学科的建设，完善旅游课程的课堂教学知识体系，我社特组织了广东省旅游学校、广州市旅游商贸职业学校、广州市旅游学校等相关院校的专业教师编写了这套“新思维中职中专旅游精品教材”。

本书为该系列之一的《旅游心理学》分册，书中具体收录了：旅游者投诉心理、旅游管理心理学概述等内容。

<<旅游心理学>>

书籍目录

第一章 旅游心理学概述 第一节 旅游心理学的研究对象及内容 一、心理学与旅游心理学 二、旅游心理学研究对象 三、旅游心理学研究内容 第二节 旅游心理学的研究方法 一、观察法 二、实验法 三、测量法 四、调查法 第三节 研究旅游心理学的意义 一、有助于旅游事业的发展 and 旅游服务质量的提高 二、有助于提高旅游企业的经营和管理水平 三、有利于科学合理地开发旅游资源和安排旅游设施 四、可以帮助旅游业建设一支高素质的人才队伍 第二章 旅游知觉 第一节 旅游知觉概述 一、感觉 二、知觉 三、感觉规律和知觉规律在旅游活动中的运用 四、影响旅游知觉的因素 第二节 旅游中的社会知觉 一、首因效应 二、心理定势 三、晕轮效应 四、经验效应 五、刻板印象 第三节 旅游者对旅游条件的知觉 一、对旅游景点的知觉 二、对旅游时间的知觉 三、对旅行距离的知觉 四、对旅游交通工具的知觉 第三章 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 旅游动机概述 一、什么是旅游动机 二、旅游动机产生的条件 三、旅游动机的分类 四、按旅游目的划分的旅游动机种类 第三节 旅游者的需要 一、什么是需要 二、“需要”的层次理论 三、旅游者的一般需要 第四节 如何激发旅游者的旅游动机 一、更新开发旅游资源 二、努力开发有特色的旅游产品 三、加强旅游企业管理,提高旅游服务质量 四、完善各项旅游基础设施 五、加大宣传力度,为旅游者提供信息 第四章 旅游者的个性 第一节 个性概述 一、个性的含义和特征 二、个性的形成与发展 三、个性的结构 第二节 旅游者的个性类型 一、以性格倾向划分的旅游者个性 二、以度假类型划分的旅游者个性 三、以生活方式划分的旅游者个性 第三节 旅游者的个性构成 一、旅游者的气质 二、旅游者的性格 三、旅游者的能力 第五章 旅游者的态度 第一节 态度概述 一、态度的定义及其构成 二、态度的特点 第二节 态度的形成过程 一、服从阶段 二、同化阶段 三、内化阶段 第三节 影响旅游者旅游态度的因素 一、旅游者本身的因素 二、态度本身的特点 三、外界条件对旅游者态度的影响 第四节 改变旅游者态度的策略 一、更新旅游产品,提高旅游产品质量 二、重视旅游宣传 三、向旅游者逐步提出要求 四、引导人们参加旅游活动 第六章 旅游者的情绪情感 第一节 情绪和情感概述 一、情绪和感情的概念 二、情绪和感情的区别和联系 三、情绪、感情的两极性 第二节 情绪、感情的分类 一、根据性质分类 二、根据发生的强度、速度、持续时间分类 三、根据感情的社会内容的性质分类 第三节 情绪的表现 一、面部表情 二、身段表情 三、言语表情 第四节 情绪和情感的作用 一、情绪和情感对体力的影响 二、情绪和情感对认知能力的影响 第五节 旅游者的情绪情感 一、旅游者情绪的特征 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 第七章 旅游服务心理 第一节 旅游服务心理概述 一、什么是旅游服务 二、旅游服务的主要内容 三、旅游服务的特点 第二节 旅游服务中的客我交往 一、客我交往概述 二、客我交往的特点 三、客我交往的心理特点与基本策略 第三节 旅游服务中客人的心理需求及策略 一、旅游服务中客人的心理需求 二、旅游服务中的心理策略 第八章 旅游行业服务心理 第一节 旅游饭店服务心理 一、前厅服务心理 二、餐饮服务心理 三、客房服务心理 第二节 旅行社服务心理 一、旅行社服务概述 二、导游服务心理 三、导游员的心理素质 第三节 旅游交通服务心理 一、旅游者对旅游交通服务的心理需求 二、旅游交通服务中的主要心理策略 第四节 旅游商品销售服务 一、旅游者的购物心理 二、旅游者购物行为分析 三、怎样做好旅游商品销售工作 第九章 旅游者投诉心理 第一节 旅游者投诉原因的分析 一、正确处理投诉的意义 二、引起旅游者投诉的原因 第二节 旅游者投诉的心理分析与对策 一、冲突发生过程中宾客的心理特点 二、旅游者投诉时的心理特点 三、处理投诉的程序和要点 第十章 旅游管理心理学概述 第一节 管理心理学概述 一、管理心理学的产生与发展 二、国外几种管理心理理论的概述 三、管理心理学的研究对象与任务 四、管理心理学的研究方法 第二节 旅游企业的个体心理与管理 一、能力差异与管理 二、气质差异与管理 三、性格差异与管理 四、劳动心理与心理保健 第三节 旅游企业的群体心理与管理 一、群体心理与管理 二、人际关系心理与管理 第四节 旅游企业的管理心理 一、管理与管理者 二、管理的功能 三、管理者的权力、影响力和威信 四、管理者的基本技能和心理素质 五、管理者的行为 第十一章 旅游管理心理学的运用 第一节 调动员工积极性 一、需要与工作积极性 二、影响员工积极性的其他因素 三、调动员工积极性的措施 第二节 解决员工问题行为 一、员工受挫心理分析及对策 二、员工人际关系的调整 主要参考文献

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>