

《服务心理学》

图书基本信息

书名：《服务心理学》

13位ISBN编号：9787514127287

10位ISBN编号：7514127283

出版时间：2013-1

出版社：张等菊 经济科学出版社 (2013-01出版)

作者：张等菊

页数：196

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu111.com

《服务心理学》

内容概要

《高等学校经济心理类教材:服务心理学》讲述了服务工作是一种人与人的接触活动，是一种“情感性劳动”，服务质量的提升取决于客我双方在互相了解对方需求、动机等心理趋向的基础上“共情”的效果。而服务中如何植入“顾客满意”服务系统，提升企业的美誉度，关键在于服务人员的服务素养，尤其是心理素养，这就亟须一门对服务人际、服务技巧、服务交往等进行心理指导的课程，即“服务心理学”，这亦为此书编写的目的。

《服务心理学》

书籍目录

第一章 服务业概论 学习目标 第一节 服务业及其现状分析 第二节 中国服务业发展需求及战略 第二章 服务心理学的发展 学习目标 第一节 服务心理学产生的学科背景 第二节 服务心理学产生的理论基础 第三节 服务心理学的研究对象和内容 第三章 顾客的个性心理与消费行为 学习目标 第一节 顾客知觉的基本原理 第二节 顾客的情绪情感过程 第三节 顾客的态度 第四节 顾客消费偏好和消费决策的形成 第四章 消费习俗与服务心理 学习目标 第一节 消费习俗的特点与分类 第二节 消费中的语言习俗与服务 第三节 文化习俗与服务 第四节 消费习俗与产品服务 第五章 服务过程心理 学习目标 第一节 服务中的礼仪 第二节 服务中的人际关系及服务要诀 第三节 顾客的投诉心理及管理 第六章 服务人员的挫折与管理 学习目标 第一节 心理挫折概述 第二节 挫折与归因 第三节 服务人员的挫折与管理 第七章 服务人员的疲劳心理 学习目标 第八章 服务人员的基本心理素质要求及保健 学习目标 第一节 服务人员的基本心理要求 第二节 服务人员的心理保健 第三节 服务人员的心理治疗 主要参考文献

版权页：插图：一、服务心理学的研究对象 服务心理学是研究顾客和服务者在服务交往活动中双方的心理现象、行为规律，以及交往技巧的一门新兴应用心理学。学习服务心理学目的是以掌握顾客心理为前提，提升服务者的服务能力及心理素质，提高服务质量，推动服务业整体健康发展。在服务业发展的诸多要素中，参与客我消费及服务活动的主要有现实的和潜在的顾客以及服务业的从业人员，他们在服务活动中既有不同的心理活动，又有密切联系。服务人员与顾客，服务人员与服务地点、设施之间在服务活动中无时无刻不在发生着关系，这些关系的发生、发展取决于各自的心理活动。服务业要以优质服务取胜，就必须研究顾客和服务人员的心理。顾客的心理趋向决定着服务业的发展方向，掌握不好顾客心理就无法广开客源，服务业赖以生存的基础就会发生动摇。服务业从业人员是服务业的主力军，他们的心理状态、心理素质直接影响到服务质量，服务质量又关系到服务业的生存和发展。研究从业人员心理，利用其心理活动规律和心理学等行为科学原理对职工进行管理、培训，就可以很好地开发利用人力资源，使现有的人力物力资源有机结合，从而发挥出整体效益。

一、服务心理学的研究任务 从服务心理学的研究范围来看，顾客和服务人员的决策、行为及人际关系受内因、外因两个方面因素的影响。内因包括生理和心理两个方面。其中生理方面表现为年龄、性别、身体健康等因素；心理方面表现为心理过程、心理状态、个性心理等因素；外因指相关的自然和社会环境因素。可以用函数来表示： $y=f(m, n)$ 其中， y 表示服务行为及人际关系， m 表示内因， n 表示外因。

从研究服务心理学的具体内容来看，主要包括以下几个方面：1.认识研究服务心理学的意义，掌握好服务心理学的基础理论，是研究服务心理学的基本前提。2.研究服务从业者和顾客的心理。顾客是服务活动的主体，服务的主要对象，是需求决策者。从业者是整个服务活动的行使人，是服务活动的主要执行者。因此，了解从业者和顾客心理活动的规律、特点，掌握服务从业者和顾客消费心理的方法，才能更好地进行服务。3.研究服务过程中的心理。服务行为是服务业的灵魂。服务质量关系到服务业的兴衰成败。

《服务心理学》

编辑推荐

《高等学校经济心理类教材:服务心理学》以就业为导向，以能力培养为主线，适合高等学校的管理学和经济学本科生、专科生使用。

《服务心理学》

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:www.tushu111.com