

《旅游心理学（第二版）》

图书基本信息

书名：《旅游心理学（第二版）》

13位ISBN编号：9787302326663

10位ISBN编号：7302326665

出版时间：2013-6

出版社：清华大学出版社

作者：叶伯平 编著

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

《旅游心理学（第二版）》

内容概要

本书分为五大部分，第一部分介绍旅游心理学学科的性质、研究对象和方法，简明扼要地阐述了心理学的基本原理；第二部分从宏观上研究旅游、休闲与心理的关系；第三部分研究旅游者的决策心理和影响因素；第四部分研究旅游服务心理原理与服务心理艺术及其在旅游业中的运用；第五部分研究旅游企业员工心理、团体心理和领导艺术。

本书理论体系完整，逻辑结构严密，观点鲜明，内容翔实，总结了旅游心理学的最新理论研究成果和实践经验，从而使本书既有理论的先进性和独创性，又有实践的实用性和操作性。

本书可作为旅游高等院校（含高职高专）旅游管理专业、酒店管理专业、导游专业和餐饮管理专业的教材，也可作为旅游业中高级管理人员的业务用书和中等职业学校旅游管理专业教师的教学参考用书。

书籍目录

目 录

第一章 学科概况

1

第一节 旅游心理学概述

1

一、旅游心理学的研究内容

1

二、研究旅游心理学的意义

2

三、旅游心理学的研究方法

3

第二节 心理学基本知识

7

一、心理学的历史

7

二、人的心理的实质

9

三、心理学的基本内容

10

四、人的心理与行为规律

11

本章小结

20

课后练习

20

案例讨论

22

实训项目

23

第二章 心理视角析旅游

24

第一节 旅游、休闲与心理

25

一、旅游是一种生活方式与经历体验

25

二、休闲是生活的必需

30

三、旅游中的各种关系

37

第二节 旅游产品与心理

40

一、旅游产品是体验产品

40

二、旅游服务是人际交往

48

本章小结

50

课后练习

51

案例讨论

52

实训项目

53

第三章 旅游决策心理

54

第一节 旅游者是购买旅游产品的决策者

55

一、旅游者的形成条件

55

二、旅游者的旅游决策过程

59

第二节 旅游行为的内在动因

61

一、马斯洛的需求层次理论与旅游决策

61

二、单一性与复杂性的平衡理论及旅游决策

65

三、旅游动机

67

本章小结

72

课后练习

73

案例讨论

74

实训项目

75

第四章 旅游决策的影响因素

76

第一节 旅游知觉与旅游决策

77

一、感知理论概述

77

二、旅游者对旅游条件的知觉

82

第二节 旅游态度与旅游决策

89

一、态度理论概述

89

二、旅游态度与旅游行为

91

第三节 人格与旅游决策

94

一、人格理论概述

94

二、人格类型与旅游决策

94

第四节 社会因素与旅游决策

96

一、家庭群体与旅游决策

96

二、社会阶层与旅游决策

99

三、社会文化与旅游决策

102

本章小结

105

课后练习

105

案例讨论

107

实训项目

108

第五章 旅游者消费需求心理和行为特征

109

第一节 旅游者共性消费需求心理和行为特征

111

一、旅游活动过程中不同阶段的心理和行为特征

111

二、旅游者的共同旅游心理需求

112

三、现代旅游者的心理特点与发展趋势

113

第二节 旅游者群体消费需求心理和行为特征

114

一、我国境外主要客源国的民族风格心理

114

二、我国不同地区旅游者的个性特点

119

三、喜忌习俗心理

122

四、社会角色消费心理与行为特征

131

五、年龄、性别消费心理和行为特征

132

六、团客、散客消费心理与行为特征

134

第三节 旅游者个性消费需求心理与行为特征

135

一、旅游者的个性类型

135

二、旅游者的消费类型

136

本章小结

137

课后练习

137

案例讨论

139

实训项目

140

第六章 服务心理原理与服务心理艺术

141

第一节 服务心理原理--"四双理论"

142

一、双关系理论

142

二、双服务理论

145

三、双因素理论

148

四、双满意理论

149

第二节 服务心理艺术

150

一、形象悦人，印象深刻

150

二、舒适方便，符合人性

152

三、平等待客，一视同仁

154

四、特别关照，富有人情

156

五、声情并茂，溢于言表

160

六、互补交往，心态平衡

168

七、敏捷准确，快速高效

170

八、客我满意，双胜无败

171

本章小结

177

课后练习

177

案例讨论

179

实训项目

179

第七章 服务心理在旅游业中的运用

180

第一节 旅游交通服务心理

181

一、旅游交通是旅游的先决条件

181	
二、	旅游交通服务的前提是安全因素
182	
三、	旅游交通服务的关键是时间因素
182	
	第二节 饭店服务心理
184	
一、	饭店氛围服务心理
184	
二、	饭店前厅服务心理
186	
三、	饭店客房服务心理
187	
四、	饭店会展服务心理
189	
	第三节 餐饮服务心理
190	
一、	顾客饮食的需求分析
190	
二、	树立三个形象、突出三个特色
193	
	第四节 导游服务心理
197	
一、	游览活动设计心理
197	
二、	带队讲解服务心理
199	
	第五节 旅游商品销售服务心理
204	
一、	旅游者的购物心理
205	
二、	旅游商品中的心理因素
205	
三、	旅游商品销售服务心理
208	
	第六节 景区景点服务心理
210	
一、	宣传品服务心理
210	
二、	景区景点服务心理
211	
三、	景区游客管理
212	
	第七节 休闲娱乐服务心理
214	
一、	休闲娱乐的内容
214	
二、	休闲娱乐的心理功能
217	

本章小结

218

课后练习

218

案例讨论

220

实训项目

221

第八章 旅游企业员工心理

222

第一节 员工个性管理

223

一、心理视角说管理

223

二、气质与管理

224

三、性格与管理

226

四、能力与管理

228

第二节 员工行为管理

229

一、激励与强化期望行为

230

二、预防与矫正问题行为

240

第三节 员工健康管理

242

一、心理健康与管理

242

二、工作疲劳与恢复

252

本章小结

254

课后练习

254

案例讨论

256

实训项目

257

第九章 旅游企业团队心理

258

第一节 团体理论

259

一、团体概述

259

二、团体的心理效应

262

第二节 团队建设

264	
一、团队组织建设：法治	
265	
二、团队心理建设：德治	
267	
第三节 团体关系	
273	
一、人际关系	
273	
二、团体关系	
279	
三、人际沟通	
280	
四、非正式团体	
284	
本章小结	
287	
课后练习	
287	
案例讨论	
289	
实训项目	
290	
第十章 旅游企业领导心理	
291	
第一节 领导科学	
292	
一、领导概述	
292	
二、领导理论	
298	
第二节 领导艺术	
304	
一、“两手”艺术：严字当头	
305	
二、“两手”艺术：爱在其中	
311	
本章小结	
317	
课后练习	
318	
案例讨论	
319	
实训项目	
320	
参考文献	
321	

《旅游心理学（第二版）》

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