

<<饮食消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<饮食消费心理学>>

13位ISBN编号：9787501928064

10位ISBN编号：7501928061

出版时间：2007-1

出版时间：中国轻工业出版社

作者：周忠民 编

页数：312

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>

<<饮食消费心理学>>

内容概要

我国烹饪技术历史悠久，技术精湛，是我国人民长期生产和生活实践的结晶。

随着人类社会的发展，吃，不再仅仅是单纯口腹之欲的满足，而且越来越显示出审美的特征。

建国50周年以来，特别是改革开放20多年以来，我国的综合国力和人民物质文化生活水平得到了显著提高，人们愈来愈认识到，饮食消费和人们的审美情趣、思想情操、宗教意识、民族特征、经济因素等有着密切的联系。

多姿多彩的饮食消费风俗，典雅优美的饮食消费环境，精美绝伦的饮食消费器皿，特殊风格的饮食消费时尚，历史悠久的饮食消费文化，时时刻刻、直接间接地影响着人们的饮食消费。

饮食消费心理学是消费心理学的一个重要分支，也是普通心理学的应用分支，应该成为一门独立的学科。

但是国内对饮食消费心理的研究才开始起步，加之人的心理活动具有极大的复杂性，所以，饮食消费心理学尚未形成系统的理论，目前还处于探索阶段。

研究饮食消费心理学，为我国旅游业、饮食业及其从业人员提供有益的参考，无疑是一件有意义的事。

本书着重研究论述了饮食消费心理的基本原理，饮食消费活动和行为，饮食消费业经营、服务、管理心理等。

<<饮食消费心理学>>

书籍目录

第一章 绪论 第一节 饮食消费心理学的意义 第二节 饮食消费心理学的研究对象和任务 第三节 饮食消费心理学的研究方法 第四节 饮食消费心理学与相关学科的关系第二章 饮食消费心理学的理论基础 第一节 心理学的基本原理 第二节 饮食消费心理的一般过程 第三节 饮食消费心理的一般特征 第四节 饮食消费心理的发展阶段第三章 饮食消费者的感知觉 第一节 视觉与饮食消费心理 第二节 嗅觉与饮食消费心理 第三节 味觉与饮食消费心理 第四节 触觉与饮食消费心理 第五节 听觉与饮食消费心理第四章 饮食消费者的需要与动机 第一节 需要的基本理论 第二节 饮食消费需要 第三节 饮食消费动机第五章 饮食消费者行为 第一节 饮食消费行为特点 第二节 饮食消费者个性特征与饮食消费行为 第三节 社会因素对饮食消费行为的影响第六章 群体饮食消费心理 第一节 儿童饮食消费心理 第二节 青年饮食消费心理 第三节 中老年饮食消费心理 第四节 女性饮食消费心理 第五节 异常饮食消费心理第七章 饮食业营销服务心理 第一节 饮食业现代营销服务特征 第二节 饮食消费者的心理需求与营销服务 第三节 饮食业经营服务人员的心理素质第八章 食物价格心理 第一节 食物价格的构成 第二节 食物价格的心理因素 第三节 食物价格的心理策略第九章 饭店标志和装饰与饮食消费心理 第一节 饭店(餐厅)建筑装饰特色及其心理功能 第二节 饭店标志(招牌)与广告心理 第三节 饭店和菜肴命名心理 第四节 餐饮环境与饮食消费心理第十章 厨师心理 第一节 厨师个性特征与管理 第二节 厨师的需求动机与管理 第三节 厨师管理的艺术主要参考文献

<<饮食消费心理学>>

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:<http://www.tushu007.com>