

<<美容消费心理学>>

图书基本信息

书名：<<美容消费心理学>>

13位ISBN编号：9787509139370

10位ISBN编号：7509139376

出版时间：2010-7

出版时间：人民军医出版社

作者：张春彦 著

页数：272

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>

<<美容消费心理学>>

前言

中国的美容高等教育经过数十年的发展，走过了一段坎坷而曲折的历程。

从20世纪80年代的美容短期培训形式的初级教育，发展到今天的各学科体系较为完善、门类较为齐全的高等美容教育，中国的美容教育培训为社会培养了一大批急需的各类美容人才。

作为中国首家美容高等教育学府，北京中国驻颜美容学院在数十年从事美容高等教育的教学过程中，面对美容高等教育的一片空白，不断地通过市场研究和对社会需求的分析，进行了艰辛的探索，逐步形成了美容高等教育的学科体系。

为使广大学生和各类美容从业人员能系统地学习美容高等教育系列学科的相关知识，北京中国驻颜美容学院在系统总结自身多年教育教学经验的基础上，组织多名专家学者对学校的教学成果进行总结并汇编成系列图书。

本套图书共包括7本：《高级美容师视听教程》《美容礼仪教程》《美容导师教程》《美容讲师教程》《美容消费心理学》《美容企业法律实务》《美甲艺术教程》。

由于水平和经验有限，编写的时间也比较仓促，书中错误和疏漏之处，敬请广大读者和业界朋友不吝指教，多提宝贵意见和建议，以使这套中国美容高等教育的系列图书能在使用中得到逐步完善。

。

<<美容消费心理学>>

内容概要

《美容消费心理学》为中国美容高等教育系列图书之一，立足于美容行业的市场需求，对美容顾客的消费心理和美容从业人员工作心理进行了全面的阐述和分析。全书共分12章，具体内容包括美容消费心理学概论、美容院顾客消费心理分析、顾客消费时的特殊心理反应、美容院管理者如何测量和改变顾客的态度、美容从业人员职业能力测评等。该书可供各大专院校作为教材使用，也可供从事相关工作的人员作为参考用书使用。

<<美容消费心理学>>

书籍目录

绪论第1章 美容消费心理学概论 第一节 美容消费心理学研究 一、美容消费心理学与相关学科的区别与联系 二、古为今用的心理学疗法 三、美容消费心理学研究的对象和范围 四、美容消费心理学研究方法 第二节 美容与心理学 一、美容院心理美容的需求 二、美容院心理美容的原则 三、心理与皮肤之间的内在联系 四、不良心理可导致的皮肤病 五、美容院心理诊断的方法 六、美容院心理治疗法 七、美容从业人员心理护理的方法 第三节 心理健康的标准 一、心理健康的含义 二、心理健康及其界定 三、心理健康标准 四、现代人心理健康的准则 [相关知识链接] 心理健康自评表 思考问题第2章 审美与心理 第一节 美感心理和审美意识 一、审美感知 二、审美想像 三、审美情感 四、审美理解 [相关知识链接] 美学 审美活动 第二节 美与审美需要 一、美的本质 二、审美需要 第三节 现代人的审美观 一、纷纭众说“美” 二、中国“美”的历史 三、现阶段中国“美女”的具体标准 四、美女文化 五、坚持内在美与外在美统一的审美标准 思考问题第3章 美容院顾客消费心理分析 第一节 顾客性格分析“ 一、性格类型 二、性格特征分析 三、性格特质理论 四、顾客购买行为类型 五、如何根据美容院不同性格的顾客采用相对的策略 [相关知识链接] 气质 第二节 影响顾客购买的主要因素分析 一、生理因素 二、心理因素 三、外部环境因素 四、社会环境因素 五、其他相关因素 第三节 顾客购买动机和行为分析第4章 顾客消费时的特殊心理反应第5章 化妆品的价格与大额消费心理第6章 美容院管理者如何测量和改变顾客的态度第7章 美容从业人员的心理分析第8章 美容从业人员职业能力测评第9章 美容院的人际交往第10章 美容从业人员的情绪健康第11章 美容从业人员的压力管理第12章 美容企业的冲突管理第13章 互联网与美容从业人员心理健康第14章 常见生理心理疾病的常识与识别方法参考文献

<<美容消费心理学>>

章节摘录

插图：六、心理学的产生从远古时代人类就开始关注并探讨心理现象，并提出过大量深邃的心理学思想，但心理学作为一门科学却只有一百多年的历史。

在远古时代，由于科学知识水平的限制，人们还不能够理解身体的结构与机能，对感觉、记忆、思维、睡眠、梦等一系列心理现象缺乏正确的认识，错误地把它们归结为某种特殊的神奇力量——灵魂的作用。

随着生产力水平的提高和科学的进步，人们对心理现象的理解才越来越深刻和正确。

历史上出现过许多心理学思想家，如古希腊的德谟克利特、柏拉图、亚里士多德，中国的孔子、孟子、荀子等。

但由于心理现象的复杂性以及人们认识的局限性，对心理学的研究始终是在哲学范畴之内进行的。

可以说在19世纪70年代以前，心理学始终处于哲学的附属地位，心理学还没有作为一门独立的学科存在，研究心理现象的大多为哲学家、文学家或医学家。

研究方法带有极大的主观性和思辨性。

到了19世纪70年代，随着17~19世纪哲学心理学、生理心理学和心理物理学的产生与发展，心理学终于脱离哲学的怀抱，成为一门独立的学科。

最早应用实验方法研究心理现象是天文学家、生理学家和物理学家等。

如最早发现人的反应时间差别问题是在天文学界。

1795年，英国格林尼治天文台台长马斯可林解雇了他的助手金纳布路克，原因是他观察一颗星经过子午线时记录的时间总比台长记录的慢半秒。

到1822年，德国的天文学家贝塞尔对这一现象进行了深入研究后，得出如下公式： $A-B-1.223s$ 。

该公式被称之为“人差方程式”。

1875年，美国心理学家詹姆士在哈佛大学专辟一室作为心理实验之用；1879年，德国著名哲学家、生理学家冯特在莱比锡大学建立了世界上第一座心理学实验室并开展了卓有成效的心理学研究工作，宣告了心理学的独立。

哲学背景的不同及研究手段的局限，使心理学在独立之初出现了学派林立、意见纷杂的局面。

<<美容消费心理学>>

编辑推荐

《美容消费心理学》是由人民军医出版社出版的。

<<美容消费心理学>>

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>