

<<旅游心理概论>>

图书基本信息

书名：<<旅游心理概论>>

13位ISBN编号：9787563709311

10位ISBN编号：7563709312

出版时间：2002-1

出版时间：旅游教育出版社

作者：汪瑞军

页数：265

字数：216000

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>

## &lt;&lt;旅游心理概论&gt;&gt;

## 内容概要

本教材具有以下特点：（一）以研究旅游消费心理为主线，探讨以下几个问题： 旅游者外出旅游的原因。

旅游者的旅游动机和旅游过程中呈现的各种心态。

作为“买主”的旅游者对旅游产品的认知、评价与好恶。

“吸引”客人和“留住”客人的绝招。

作为“客人”的旅游消费者各种不同的心理需求。

使客人得到最大满意的服务态度、服务语言、服务氛围、服务形式与服务技巧。

（二）以研究旅游服务心理为辅线，分析旅游服务过程、旅游服务阶段、旅游服务环境以及不同旅游企业的服务特点，力求培养旅游从业人员健康成熟的职业心理与蓬勃向上的精神风貌，提高旅游服务的质量与效率。

（三）介绍旅游企业管理心理知识。

在叙述旅游企业管理心理的篇章中，主要探讨了旅游企业员工人力资源的开发，如何充分发掘每个员的潜能，有效地调动企业员工的积极性；其次是研究企业内部的人际关系问题，目的在于创造一个富有朝气、富有竞争力、有利于人才成长的环境，使员工持之以恒地保持饱满的工作热情，最大限度地发挥其主观能动性。

另外，本教材还专门介绍了旅游企业的公关心理。

我们认为，在日益激烈的市场竞争中，产品力、销售力、形象力三力合并已成竞争的主要手段。

为了塑造企业形象、开拓市场，旅游企业不可避免地要从事大大小小的公共关系活动。

因此，以研究公众心理、公共关系活动中的心理和公共关系主体心理（组织团体心理）为主要对象的公关心理，是（旅游心理概论）不可缺少的内容。

它可以起到提高组织内部管理水平，提高公关人员和管理人员素质和推动公共关系活动有效开展的重要作用。

《旅游心理概论》本着理论与实践相结合的原则，按高等职业教育的能力本位学说，将全书分为旅游消费心理、旅游服务心理、旅游管理与公关心理三编。

每章后均有颇具应用特征的思考与练习，还附有旅游活动中典型心理问题的案例分析，力求做到理论与实践并重、基础知识与能力培养同步发展。

因此，我们建议教师在组织教学时，要切实注意理论教学自始至终贯穿案例剖析，做到举一反三；在做课后练习时，要彻底摒弃传统的练习本作业法，多进行案例剖析与思想交流，调动学生的参与热情，充分发挥学生的主观能动性，生动活泼地达到教学目的。

<<旅游心理概论>>

书籍目录

第一编 旅游消费心理 第一章 旅游消费行为与心理 第一节 旅游消费行为 一、旅游者为什么要旅游 二、旅游消费心理的形成 三、旅游决策过程和影响因素 第二节 心理与旅游消费行为 一、个性心理与旅游消费 二、群体心理与旅游消费 思考题 第二章 旅游知觉心理 第一节 知觉的基本原理 一、旅游知觉的体验性 二、旅游知觉的选择性 三、旅游知觉的持久性 四、旅游知觉的解释性 第二节 知觉的心理定势 一、微观心理定势 二、宏观心理定势 三、流行心理定势 四、知觉与旅游消费行为 思考题 第三章 旅游需要与动机 第一节 旅游需要 一、人的需要及其特征 二、马斯洛的需要层次论 三、需要与旅游消费 第二节 旅游动机 一、旅游目标与诱因 二、旅游动机的形成 三、旅游动机的激发 思考题 第四章 态度、人格与旅游消费 第一节 旅游态度 一、态度的特征 二、旅游偏好 三、旅游态度与行为改变 第二节 旅游人格 一、旅游人格特质 二、旅游人格类型 三、旅游人格结构 四、旅游人格核心 思考题 第五章 旅游学习与旅游社会 第一节 旅游学习 一、旅游学习的概念.....第二编 旅游服务心理 第三编 旅游企业管理与公关心理 主要参考书目

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>