

<<旅游消费者行为学>>

图书基本信息

书名：<<旅游消费者行为学>>

13位ISBN编号：9787563714384

10位ISBN编号：7563714383

出版时间：2006-12

出版时间：旅游教育

作者：吴清津

页数：279

字数：292000

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>

## <<旅游消费者行为学>>

### 内容概要

随着中国经济的发展和人民生活水平的提高，旅游消费已成为人们生活中很重要的一部分。

目前，中国已成为世界上旅游消费增长最快的国家之一。

旅游消费者日趋成熟，他们不仅重视旅游设施，而且越来越重视服务质量和旅游体验，旅游企业必须关注旅游消费者的需求和行为特征，采取有针对性的营销策略和管理措施，切实提高服务质量和水平，满足消费者不断变化的要求。

这迫切要求我们加快研究旅游消费者行为理论和培养相关管理人才。

近年来，我国学者对旅游者的消费行为及其基本规律进行了许多开拓性的研究。

然而，在教学工作中，我们尚缺乏融国际旅游消费者行为学理论和中国特色为一体的本土教材，这在一定程度上限制了旅游管理专业人才的培养。

作者希望通过出版本书，为推动我国旅游消费者行为学理论和实践的发展尽绵薄之力。

本书结合中国的社会文化背景，比较系统地介绍了国内外旅游消费者行为学的基本理论和基本知识，通过剖析旅游消费者的旅游动机、感知、态度等心理特征以及信息搜集、决策、购后评价等方面的行为规律，为旅游企业制订营销战略提供理论依据。

## &lt;&lt;旅游消费者行为学&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 旅游消费者与旅游产品 案例1-1 诺斯祖孙的中国之旅 第一节 旅游消费 一、旅游消费的主要内容 二、旅游消费行为的性质 第二节 旅游消费者的类型 一、旅游者的定义 二、按人口统计特征划分旅游者类型 三、按心理特征划分旅游者类型 四、按行为特征划分旅游者类型 五、对旅游者分类方法的评价及应用 第三节 旅游产品及其特性 一、旅游产品 二、旅游产品的特性 三、旅游产品的特性对旅游消费者的影响 案例1-2 背包客第二章 旅游消费者行为研究概述 案例2-1 香港迪斯尼“拒客”风波 第一节 旅游消费者行为学的研究架构 一、旅游消费者行为研究的历史 二、旅游消费者行为模型 三、影响旅游消费行为的因素 第二节 研究旅游消费者行为的意义 一、制定经营和营销策略的基础 二、提高游客管理水平,合理开发旅游资源的前提 三、保护消费者权益、制定旅游政策的依据 第三节 旅游消费者行为研究的方法 一、旅游企业及相关机构需要的旅游消费信息 二、旅游消费者行为研究的常用方法第三章 旅游动机 第一节 消费者动机概述 一、消费者的需要与动机 二、消费者需要的类型 三、消费动机的强度 四、消费动机的指向 第二节 旅游者的旅游动机 一、托马斯的旅游动机理论 二、麦金托什对旅游动机的分类 三、旅游动机的推拉理论 四、皮尔斯的旅游生涯阶梯模型 五、国内学者对旅游动机的探讨 第三节 旅游动机的特征 一、旅游动机的内隐性 二、旅游动机的多重性 三、旅游动机的学习性 四、旅游动机的复杂性 案例3-1 我想要旅游——来自女性的声音 案例3-2 高尔夫球游客的旅游动机第四章 信息搜集与学习 第一节 旅游信息搜集 一、旅游市场的信息不对称 二、旅游消费者的信息来源 三、内部信息搜集与外部信息搜集 四、购买前信息搜集与持续性信息搜集 五、信息搜集策略及其影响因素 六、信息搜集对旅游消费行为的影响 第二节 旅游者的学习 一、学习的含义 二、学习理论及其应用 三、旅游消费者的学习 案例4-1 旅游中的猫腻 案例4-2 班级里的“旅游专家”第五章 旅游消费者的感知第六章 旅游态度第七章 旅游消费决策第八章 旅游消费经历第九章 旅游消费者的购后评价和行为第十章 社会群体与旅游消费行为第十一章 文化、亚文化与旅游消费行为参考文献后记

<<旅游消费者行为学>>

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>