

<<旅游心理学>>

图书基本信息

书名：<<旅游心理学>>

13位ISBN编号：9787312019111

10位ISBN编号：7312019110

出版时间：2006-8

出版时间：中国科学技术大学出版社

作者：余敦旺

页数：224

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>

<<旅游心理学>>

前言

旅游心理学在我国是一门新兴的学科。

自20世纪80年代以来,我国先后出版了一些教材。

然而,高职高专的旅游心理学的基本框架应该是什么?至今定位不清,以致编写出的旅游心理学教材在内容体系上差别较大。

如何解决这一问题?我们认为,高职高专旅游类专业所开设的旅游心理学应以培养职业能力为主线的人才培养模式为宗旨,以够用为度为原则,以未来的实际需要为标准,以学生现状为基础。

本书正是按照这一教改思路编写而成的,并力求做到内容与形式的双更新。

该书经安徽省教育厅批准,已列入高校省级规划教材(见安徽省教育厅教秘高[2006]46号文)。

本书由余敦旺副教授担任主编,参编人员均为我省高职高专具有高级职称和丰富教学经验的一线教师

。具体分工(按章节为序)为:余敦旺(第一章)、徐俊华(第二、十章)、樊秀龙(第三章)、唐建军(第四章)、吴桂翎(第五、九章)、钱璐(第六、七章)、孟丽(第八章)。

在本书出版之际,我们十分感谢省教育厅黄泽秋处长,没有他的支持和关心,本书是难以在短时间内和读者见面的。

我们也十分感谢中国科学技术大学出版社于文良副社长,他为本书的出版付出了大量的心血。

此外,在编写过程中,各编写者参考并引用了一些资料,我们谨对已列出的和未能一一列出的原著作者表示深深的谢意。

<<旅游心理学>>

内容概要

《旅游心理学》在我国是一门新兴的学科。
自20世纪80年代以来，我国先后出版了一些教材。
然而，高职高专的旅游心理学的基本框架应是什么？
至今定位不清，以致编写出的旅游心理学教材在体系上差别较大。
如何解决这一问题？
我们认为，高职高专旅游类专业所开设的旅游心理学应以培养职业能力为主线的人才培养模式为宗旨，以够用为度为原则，以未来的实际需要为标准，以学生现状为基础。
《旅游心理学》正是按照这一教改思路编写而成的，并力求做到内容与形式的双更新。
《旅游心理学》经安徽省教育厅批准，已列入高校省级规划教材。

<<旅游心理学>>

书籍目录

第一章导论第二章游客的知觉第一节游客知觉的影响因素第二节游客的知觉过程第三节游客对旅游条件的知觉第三章游客的态度第一节游客的态度及其特性第二节游客的态度与旅游决策第三节游客态度的改变与旅游行为第四章游客的个性第一节游客的个性特征与旅游行为第二节游客的个性结构与旅游行为第五章游客的情绪第一节游客情绪的影响因素第二节游客情绪的特征第三节游客情绪对其行为的影响第六章饭店服务心理第一节前厅心理服务第二节客房心理服务第三节餐饮心理服务第三编旅游服务心理第七章导游服务心理第一节导游应具备的心理素质第二节导游服务中的游客心理分析第三节导游服务中的心理对策第八章旅游其他服务心理第一节旅游交通服务心理第二节旅游购物服务心理第三节旅游投诉心理第四编旅游管理心理第九章旅游企业中的员工心理第一节员工的核心需要与公平感第二节员工的心理疲劳第三节员工的心理保健第十章旅游企业中的团队心理第一节旅游企业团队的心理功能第二节旅游企业团队中的人际交往心理第三节旅游企业中非正式团队的心理分析第四节旅游企业团队的心理建设参考书目

<<旅游心理学>>

章节摘录

经验可以影响知觉的选择性理解,使游客容易注意到熟悉的对象而忽略掉不熟悉的事物。比如同样是在西双版纳原始森林中旅游,普通游客知觉到的是它的自然风光,而地质学家知觉到的则是它的地质地貌、气候状况和动植物的种类。

经验还可以影响游客对知觉对象的理解。

比如一个在宁静纯朴的乡村长大的人,对城市繁华和喧闹的环境抱有一种不安全感;而已习惯于城市喧闹的人对农村环境在最初感到新奇之后,会有较大的寂寞感。

(二)言语对选择性理解的影响言语对游客旅游知觉的选择性理解也有一定的指导作用。

在知觉对象不太明显时,言语指导有助于游客对知觉对象的理解。

在旅游时,言语指导是导游工作的一项重要内容。

比如,游客来到云南石林,导游指着一座石峰说“这就是阿诗玛”。

由于石林的类似石峰太多,许多游客还不会马上理解,导游接着说:“这是阿诗玛的头,上面还有撒尼姑娘头饰上的小羊角,她背着箩筐,等待阿黑哥一起回家……”游客随着导游的指点,仿佛这个黑石头真的变成了一座栩栩如生的撒尼姑娘塑像。

(三)情绪状态对选择性理解的影响游客的情绪状态在很大程度上影响着他们的知觉理解水平。

由于情绪状态的不同,游客对同一知觉对象会产生不同的理解。

游客心情愉快时,对旅游刺激物的知觉无论在广度还是在深度上都会鲜明,当情绪不好时,他的知觉理解水平就会降低,再诱人的景观也难以成为其知觉的对象,更谈不上深入理解。

在旅游活动中,由于各种原因,有的游客情绪可能会低落,对旅游景点视而不见,对导游的讲解也听而不闻,这时,旅游服务人员应对此给以关注并及时调节游客的情绪,以提高其旅游质量。

(四)刻板归类对选择性理解的影响理解的一种手段是对人和事物加以分类,这被称之为“刻板归类”。

例如,我国有很多不同地质类型的名山,但游客常常简单地把它们知觉为山;我国各种塔式建筑从年代、用途、材料和外形结构上千差万别,实际上可以分成很多种类,但游客也只是笼统地把它们知觉为塔。

刻板归类虽然减少了知觉过程中所涉及的工作量,只需要少量的信息就可以对某一知觉对象做出大致判断。

但在知觉过程中,由于信息没有被充分利用,游客往往做出的是以偏概全的结论。

比如,游客若缺乏历史知识,对陕西临潼华清池的景观会觉得不值一游。

实际上,若有历史知识,加上导游讲解,游客就会从沉默的山水泉石、亭台楼阁、花草树木中感受到大唐王朝的兴衰及中国近代、现代历史的风云变幻。

因此,刻板归类可以提高或降低人们对他们推销的产品和服务的知觉。

<<旅游心理学>>

编辑推荐

旅游心理学在我国是一门新兴的学科。

自20世纪80年代以来,我国先后出版了一些教材。

然而,高职高专的旅游心理学的基本框架应该是什么?至今定位不清,以致编写出的旅游心理学教材在内容体系上差别较大。

如何解决这一问题?我们认为,高职高专旅游类专业所开设的旅游心理学应以培养职业能力为主线的人才培养模式为宗旨,以够用为度为原则,以未来的实际需要为标准,以学生现状为基础。

本书正是按照这一教改思路编写而成的,并力求做到内容与形式的双更新。

该书经安徽省教育厅批准,已列入高校省级规划教材(见安徽省教育厅教秘高[2006]46号文)。

<<旅游心理学>>

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>