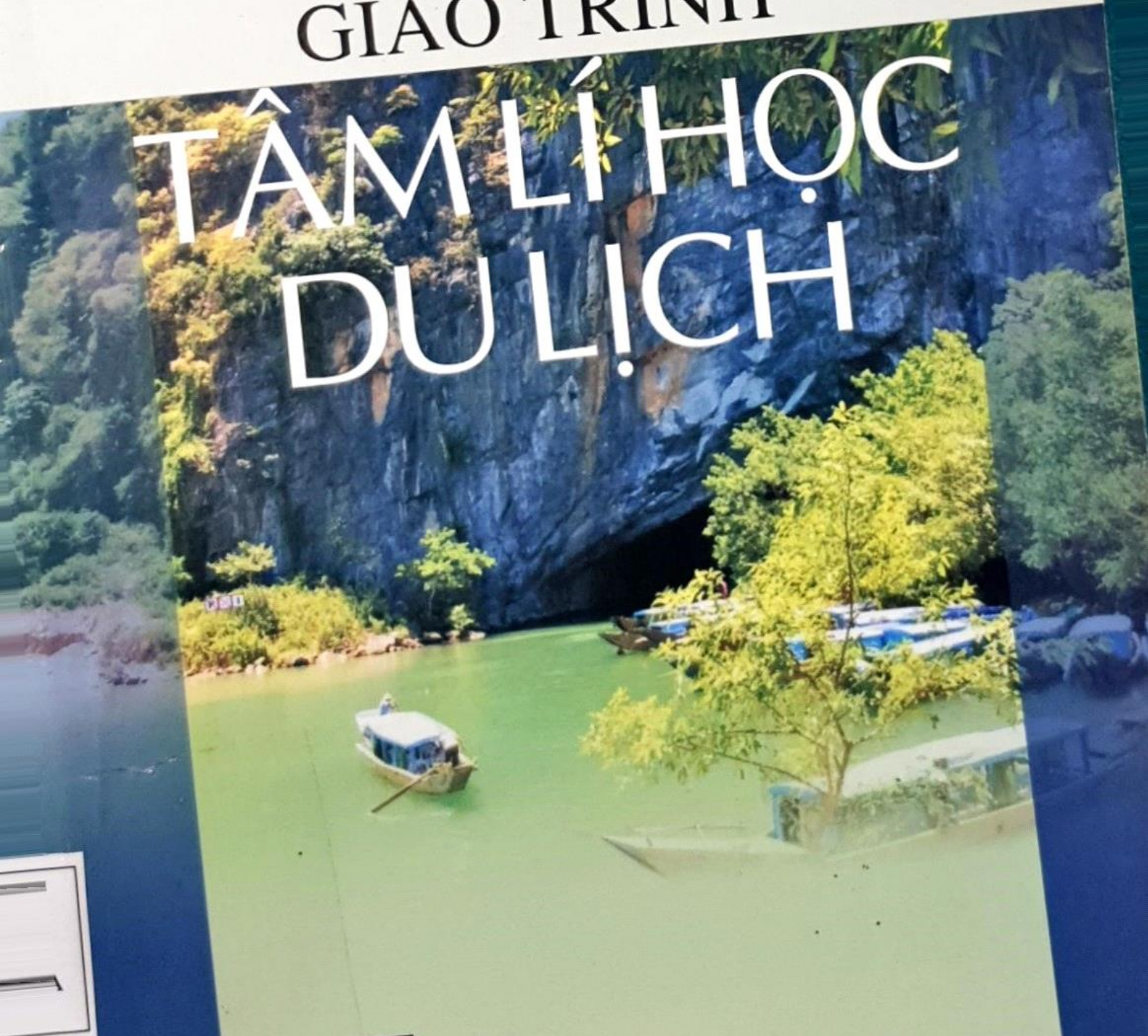




TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

GIÁO TRÌNH

TÂM LÝ HỌC
DU LỊCH



NHÀ XUẤT BẢN GIÁO DỤC VIỆT NAM

TRƯỜNG ĐẠI HỌC CÔNG NGHIỆP HÀ NỘI

DƯƠNG ĐÌNH BẮC

GIÁO TRÌNH TÂM LÝ HỌC DU LỊCH



NHÀ XUẤT BẢN GIÁO DỤC VIỆT NAM

Lời nói đầu

Việc nhận thức được các hiện tượng tâm lý nói chung và nhận thức được các đặc điểm tâm lý của nhà cung ứng du lịch và khách du lịch nói riêng có ý nghĩa hết sức quan trọng. Điều này giúp cho nhà cung ứng phục vụ hiệu quả và phù hợp nhất với những đặc điểm tâm lý của khách du lịch. Để giúp sinh viên có kiến thức cơ bản về tâm lý khách du lịch, nắm bắt kiến thức cơ bản về tâm lý học du lịch trong hoạt động kinh doanh du lịch, chúng tôi tiến hành biên soạn cuốn Giáo trình Tâm lý học du lịch. Giáo trình gồm 5 chương:

Chương 1. Khái quát về tâm lý học du lịch

Chương 2. Phẩm chất và năng lực của nhà cung ứng du lịch

Chương 3. Tâm lý khách du lịch

Chương 4. Các yếu tố tâm lý xã hội trong hoạt động du lịch

Chương 5. Một số vấn đề cơ bản về giao tiếp du lịch

Trong quá trình biên soạn cuốn giáo trình này, chúng tôi có tham khảo một số tài liệu, giáo trình đã xuất bản trước đây, đồng thời cũng nhận được nhiều ý kiến góp ý quý báu của đồng nghiệp.

Nhân dịp cuốn sách được xuất bản, chúng tôi xin được trân trọng cảm ơn tất cả những đóng góp quý báu đó.

TÁC GIẢ

MỤC LỤC

LỜI NÓI ĐẦU.....	3
Chương 1. KHÁI QUÁT VỀ TÂM LÝ HỌC DU LỊCH.....	5
1.1. ĐỐI TƯỢNG, NHIỆM VỤ VÀ VAI TRÒ CỦA TÂM LÝ HỌC DU LỊCH.....	5
1.2. CÁC PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU CƠ BẢN TRONG TÂM LÝ HỌC DU LỊCH.....	9
1.3. SỰ HÌNH THÀNH VÀ PHÁT TRIỂN CỦA TÂM LÝ HỌC DU LỊCH.....	12
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN CHƯƠNG 1.....	15
Chương 2. PHÂM CHẤT VÀ NĂNG LỰC CỦA NHÀ CUNG ỨNG DU LỊCH... 16	16
2.1. KHÁI NIỆM NHÀ CUNG ỨNG DU LỊCH.....	16
2.2. PHÂM CHẤT VÀ NĂNG LỰC CỦA NHÀ CUNG ỨNG DU LỊCH.....	18
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN CHƯƠNG 2.....	26
Chương 3. TÂM LÝ KHÁCH DU LỊCH.....	27
3.1. NHU CẦU, TÂM TRẠNG VÀ SỰ THÍCH ỨNG CỦA DU KHÁCH TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH.....	27
3.2. TÂM LÝ KHÁCH DU LỊCH TRONG HÀNH VI TIÊU DÙNG... 51	51
3.3. ĐẶC ĐIỂM TÂM LÝ KHÁCH DU LỊCH THEO LỨA TUỔI, ĐẶC ĐIỂM SINH LÝ NGHỀ NGHIỆP VÀ VÙNG LÃNH THỔ.... 63	63
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN CHƯƠNG 3.....	84
Chương 4. CÁC YẾU TỐ TÂM LÝ XÃ HỘI TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH. 86	86
4.1. CÁC YẾU TỐ TÂM LÝ XÃ HỘI ẢNH HƯỞNG TỚI TÂM LÝ KHÁCH DU LỊCH.....	86
4.2. CÁC YẾU TỐ TÂM LÝ XÃ HỘI ẢNH HƯỞNG TỚI HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DU LỊCH.....	97
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN CHƯƠNG 4.....	106
Chương 5. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN VỀ GIAO TIẾP DU LỊCH..... 107	107
5.1. KHÁI NIỆM GIAO TIẾP DU LỊCH.....	107
5.2. PHÂN LOẠI GIAO TIẾP TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH.....	108
5.3. MỘT SỐ CƠ CHẾ TÂM LÝ TRONG GIAO TIẾP DU LỊCH	110
5.4. KỸ NĂNG GIAO TIẾP TRONG KINH DOANH DU LỊCH.....	116
5.5. HÀNH VI GIAO TIẾP CỦA KHÁCH DU LỊCH Ở MỘT SỐ QUỐC GIA.....	118
CÂU HỎI ÔN TẬP VÀ THẢO LUẬN CHƯƠNG 5.....	122
Phụ lục. CÁC KHÁI NIỆM CÔNG CỤ TRONG HOẠT ĐỘNG DU LỊCH..... 123	123
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	125