

《旅游消费者行为研究》

图书基本信息

书名：《旅游消费者行为研究》

13位ISBN编号：9787810844222

10位ISBN编号：7810844229

出版时间：2005-1

出版社：东北财经大学出版社

作者：亚伯拉罕·匹赞姆

页数：352

译者：舒伯阳

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介以及在线试读，请支持正版图书。

更多资源请访问：www.tushu000.com

《旅游消费者行为研究》

内容概要

内容全面，体系完整是本书的突出特色。全书的22个章节涵盖了旅游消费者行为研究领域的5大方面内容：旅游消费者行为的基本概念和分析框架；旅游消费者对旅游目的地与旅游产品的选择；旅游者的感知、期望与顾客满意；旅游消费者行为的定性与定量研究方法；几类典型的旅游者（滑雪旅游者、游船旅游者、娱乐旅游者、家庭旅游者、老年女性旅游者）的消费行为。同时，本书的每个章节均附有学习目的、关键概念以及复习思考题，方便学生和业内人士参考使用。

《旅游消费者行为研究》

作者简介

亚伯拉罕·匹赞姆，博士，美国奥兰多中佛罗里达大学旅游管理系教授，Dick Pope Sr.研究中心负责人。匹赞姆教授曾担任马萨诸塞大学饭店与旅游管理系研究生项目主任，是旅游管理专业领域的知名专家，曾承担了多项国际研究项目，兼任30多个国家的顾问。他曾在美国、英国、法国、

《旅游消费者行为研究》

书籍目录

- 序第一部分 导论 第1章
- 与旅游业相关的消费者行为第二部分 旅游目的地与旅游产品的选择 第2章
- 旅游目的地选择的影响因子评估 第3章
- 滑雪目的地选择的影响因子分析：“手段-目的”分析法 第4章
- 旅游目的地决策过程各阶段中的形象和感知性约束 第5章
- 旅游者的决策制定和行为过程 第6章
- 家庭决策与旅游行为、态度的关系 第7章
- 消费者决策与购前信息搜寻 第8章
- 影响消费者选择的情境：旅游业中的诱导效应 第9章
- 包价旅游与顾客忠诚第三部分 感知、期望与满意 第10章
- 目的地形象及其旅后修正：以土耳其为例 第11章
- 对风景道路变化的价值评估 第12章
- 旅游期望的形成：新西兰宿营车旅游者的案例 第13章
- 从SERVQUAL的心理测量到性别因子：旅游者满意度的衡量 第14章
- 感知距离：一个旅游行为研究中被忽视的问题第四部分 旅游者行为的研究方法 第15章
- 旅游研究的定量工具：知觉图的应用 第16章
- 旅游者行为的定性研究方法第五部分 旅游者行为 第17章
- 游船旅游者消费行为的比较研究 第18章
- 跨文化的旅游者行为 第19章
- 美国休闲旅游市场的消费者行为：年长及非年长旅游者的对比分析 第20章
- 家庭生命周期各阶段的旅游支出模型与度假类型 第21章
- 旅游生活方式拓展：以新西兰为例 第22章
- 老年女性的旅游生活方式剖析总论

《旅游消费者行为研究》

精彩书评

1、东北财经大学引进的这套教材总体质量是非常高，在众多旅游教材系列中可以说是脱颖而出。这本书可能是市场上最全面、完整的讨论旅游消费者行为的书籍，也可能是唯一的一本专门讨论旅游消费者行为的书籍（很多“旅游营销学”或“旅游心理学”会包含旅游消费者行为的章节）。不仅涉及众多的分支领域，也涉及研究旅游者行为的数量和质性方法，参考价值极大，但是由于话题较多，略显松散、凌乱。

《旅游消费者行为研究》

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:www.tushu000.com