

156010700-02

開南大學九十五年第二學期 觀光與餐飲旅館學系科目教學計劃表						
科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數
	中文：觀光心理學 英文：The Psychology of Tourism	吳淑禎	必修	一年A班(進修部)	3	3
		先修課程	無			
教學目標與內容	一、認識心理學在觀光方面的應用。 二、瞭解觀光客的消費行為。 三、瞭解觀光消費的影響因素。 四、認識觀光消費態度的形成與改變。 五、知覺環境訊息對消費者的影響。 六、覺察個人特質在觀光餐飲業的發展空間。 七、學會以人為本的專業認同態度。					
實施方法	講授、分組討論、腦力激盪、角色扮演、訪談、參訪、觀察、測驗					
評量方式	學習重要事項公告： 1.每一學期應使用學校e-mail至少三次繳交作業或考試 2.上課時學生座位採排固定座位，嚴格執行缺課達全學期三分之一扣考 3.開學後每三週至少舉行一次平常考，每次平常考成績應公告於系辦公欄。 4.各學科基本當率應達學校規定為：大一15%，大二10%及大三5% 本課程作業與考核： 1.期中測驗20%，期末測驗20%，小考10%，平時成績50% (出席與上課參與、作業、分組報告) 2.個人作業： a.各列一件令你印象深刻滿意的與不滿意的觀光旅遊或餐飲消費經驗，內容包括：事件(含大約的時間、地點、事件重點)、該事件讓你滿意或不滿意的原因或理由？3/09(五)下午12點為繳交期限，寄信主旨請寫「進觀一姓名個人作業1」 b.訪問自己的父親或母親以及職場工作者各一位，列出其職稱、工作年資、性別、以及他們認為大學生進入職場前應具備的能力、條件與態度為何。3/23(五)下午12點為繳交期限，寄信主旨請寫「進觀一姓名訪問作業」 註：前二項作業請以12號字、楷書、A4紙打字撰寫、不須加註封面，第一頁即註明課程名稱、系與班級、學號、姓名、電話、e-mail，然後就是作業內容，請以你在學校的email信箱寄至jeam@mail.knu.edu.tw。 3.分組作業： 4至5人一組，進行觀光心理學相關議題報告(諸如景點介紹模擬、客人接待模擬、服務業工作人員價值觀、態度、不同族群對象的休閒動機等議題，報告以12號字、楷書、A4紙打字撰寫，內容包括：主題、擇此主題的動機與原因、主題探討的方法、主題探討的結果、結論與建議、每位組員心得之word詳細版及20分鐘左右的投影片檔。其中word與投影片首頁，不須加註封面，首頁註明課程名稱、報告主題、系與班級及學號、姓名與組員分工，每位組員聯絡電話。3/30(五)下午12點前，繳交貴組所選定的主題名稱、要呈現的內容綱要、姓名與組員分工；5/11(五)下午12點前繳交全文(含word與power point)。 場前應具備的能力、條件與態度為何。3/23(五)下午12點為繳交期限，寄信主旨請寫「進觀一姓名訪問作業」 註：前二項作業請以12號字、楷書、A4紙打字撰寫、不須加註封面，第一頁即註明課程名稱、系與班級、學號、姓名、電話、e-mail，然後就是作業內容，請以你在學校的email信箱寄至jeam@mail.knu.edu.tw。					
授課使用及參考書籍	(請按作者、書名、版別、出版社、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。 1. 百慕澤審訂(2006) 消費者行為(原著Solomon, M. K., 2004, Consumer Behavior: Buying, having and being) 普林斯頓出版 02-8990-3296或0919-706-215 涂展彰 2. Ross, G. F. (1998). The Psychology of Tourism. Pty Ltd. Melbourne. 3. Philip, L. P. (1990) The social psychology of tourist behavior. 4. Hilgard, E. R., Atkinson, R. C., & Atkinson, R. L. (1990) Introduction to psychology. 5. 葉重新(2006) 心理學(簡明版) 心理出版 02-23671490ext120 6. 張春興著(1999) 心理學 東華出版 7. 王震武、林文瑛、林煥煌、張郁雯、陳學志(2004) 心理學 學富出版 8. 李昊曠(2003) 消費者行為 普林斯頓 9. 韓傑著(1998) 現代觀光心理學 前程出版 10. 劉修祥譯(2001) 觀光心理學 桂魯出版 11. 謝淑芬著(1999) 觀光心理學 五南出版 12. 嚴長壽著(1987) 總裁獅子心 平安叢書 13. 郭靜晃等著(1998) 心理學概論 揚智出版					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：	觀光心理學的目的在瞭解旅客的觀光消費行為及其旅遊決定過程，以提升觀光專業人員對旅客休閒與消費心理的瞭解，進而強化服務品質。本課程設計不僅重視旅客的觀光消費行為及其消費決定過程的瞭解，同時也對觀光專業人員自己的旅遊與休閒經驗進行探討希望從自身經驗的回顧，學會把心理學概念應用在觀光活動當中，並能提升觀光產業的服務及管理效能。					
主要的課程進度大綱：	第一週3/02(五) 觀光心理學、消費者與消費行為ch1 第二週3/09(五) 觀光消費者的知覺ch2 第三週3/16(五) 觀光消費者與學習與記憶ch3 第四週3/23(五) 觀光消費者的動機與價值觀ch4 第五週3/30(五) 觀光消費者的自我概念ch5 第六週4/06(五) 觀光消費者的人格、生活型態和心理疾病ch6 第七週4/13(五) 觀光消費者的態度ch7 第八週4/20(五) 觀光消費者態度改變與溝通ch8 第九週4/27(五) 期中考 第十週5/04(五) 觀光消費者的個體決策ch9 第十一週5/11(五) 觀光消費者購買與汰舊ch10 第十二週5/18(五) 群體影響與意見領袖ch11 第十三週5/25(五) 組織與家庭決策制訂ch12 第十四週6/01(五) 收入與社會階層ch13 第十五週6/08(五) 民族、種族和宗教的次文化ch14 第十六週6/15(五) 年齡的次文化ch15 第十七週6/22(五) 文化對消費者行為的影響ch16 第十八週6/29(五) 期末考					
說明：	1.授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組，並於開始上課時，將本內容向學生說明。2.本表於91.4.23第四次校課程委員會討論通過。 Designer jimmy 課程委員會召集人：觀光系陳桓敦 授課教師：吳淑禎2007/2/26					

課務組
96.3.22
收文章