

BỘ GIAO THÔNG VẬN TẢI
TRƯỜNG CAO ĐẲNG GIAO THÔNG VẬN TẢI TRUNG ƯƠNG I

GIÁO TRÌNH

**Mô đun: Tâm lý và kỹ năng giao tiếp
ứng xử với khách du lịch**

TRÌNH ĐỘ: TRUNG CẤP

*(Ban hành kèm theo Quyết định số: 1955/QĐ - ngày 21 tháng 12 năm 2017 của
Hiệu trưởng trường Cao đẳng Giao thông vận tải Trung ương I)*

Hà Nội, năm 2017

LỜI GIỚI THIỆU

Trên cơ sở tham khảo các giáo trình, tài liệu về lĩnh vực tâm lý học và kỹ năng giao tiếp ứng xử, kết hợp với thực tế nghề nghiệp của nghề Chế biến món ăn, giáo trình này được biên soạn có sự tham gia tích cực của các giáo viên có kinh nghiệm, cùng với những ý kiến đóng góp quý báu của các chuyên gia về lĩnh vực tâm lý và kỹ năng giao tiếp ứng xử.

Mối quan hệ của tài liệu với chương trình, mô đun/môn học:

Căn cứ vào chương trình dạy nghề và thực tế hoạt động nghề nghiệp, phân tích nghề, tiêu chuẩn kỹ năng nghề, nội dung mô đun Tâm lý và Kỹ năng giao tiếp ứng xử với khách du lịch cung cấp cho người học những kiến thức cơ bản về tâm lý học, tâm lý và kỹ năng giao tiếp ứng xử nói chung, tâm lý và kỹ năng giao tiếp ứng xử trong hoạt động kinh doanh du lịch, từ đó người học có thể vận dụng những kiến thức này trong quá trình nghiên cứu tâm lý của khách du lịch, cũng như tạo cho bản thân phong cách giao tiếp ứng xử văn minh, lịch sự và chuyên nghiệp.

Cấu trúc chung của giáo trình Tâm lý và Kỹ năng giao tiếp ứng xử với khách du lịch bao gồm 8 bài:

Bài 1. Một số vấn đề cơ bản của tâm lý học

Bài 2. Những đặc điểm tâm lý chung của khách du lịch

Bài 3. Những đặc điểm tâm lý của khách du lịch theo dân tộc và nghề nghiệp

Bài 4. Một số vấn đề khái quát về hoạt động giao tiếp

Bài 5. Một số nghi thức giao tiếp cơ bản

Bài 6. Kỹ năng giao tiếp ứng xử

Bài 7. Kỹ năng giao tiếp ứng xử trong hoạt động kinh doanh du lịch

Bài 8. Tập quán giao tiếp tiêu biểu trên thế giới

Sau mỗi bài đều có các câu hỏi ôn tập, thảo luận hoặc bài tập tình huống để củng cố kiến thức cho người học.

Giáo trình được biên soạn trên cơ sở các văn bản quy định của Nhà nước và tham khảo nhiều tài liệu liên quan có giá trị. Song chắc hẳn quá trình biên soạn không tránh khỏi những thiếu sót nhất định. Ban biên soạn mong muốn và thực sự cảm ơn những ý kiến nhận xét, đánh giá của các chuyên gia, các thầy cô đóng góp cho việc chỉnh sửa để giáo trình ngày một hoàn thiện hơn.

Hà Nội, ngày.....tháng.... năm 2017

MỤC LỤC

LỜI GIỚI THIỆU	1
MỤC LỤC	2
BÀI 1. MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA TÂM LÝ HỌC	13
1. Bản chất hiện tượng tâm lý	13
1.1. Khái niệm	14
1.2. Quan niệm mác-xít về tâm lý	14
1.2.1. Tâm lý người là sự phản ánh hiện thực khách quan vào não người	14
1.2.2. Tâm lý người mang tính chủ thể	15
1.2.3. Tâm lý người mang bản chất xã hội - lịch sử.....	16
1.3. Chức năng của tâm lý	17
1.4. Phân loại các hiện tượng tâm lí	17
1.4.1. Quá trình tâm lí.....	17
1.4.2. Trạng thái tâm lí	18
1.4.3. Thuộc tính tâm lý cá nhân	18
1.5. Một số phương pháp nghiên cứu tâm lý.....	18
1.5.1. Phương pháp quan sát	18
1.5.2. Phương pháp đàm thoại.....	19
1.5.3. Phương pháp thực nghiệm	20
1.5.4. Phương pháp dùng bảng hỏi.....	21
1.5.5. Phương pháp phân tích kết quả sản phẩm hoạt động.....	22
1.5.6. Phương pháp phân tích tiểu sử cá nhân.....	22
1.5.7. Phương pháp nhập tâm.....	22
2. Nhân cách	23
2.1. Khái niệm	23
2.2. Cấu trúc tâm lý của nhân cách - Những thuộc tính tâm lí của nhân cách....	23
2.2.1. Xu hướng.....	24
2.2.2. Tính cách	25
2.2.3. Khí chất	26
2.2.4. Năng lực	26
3. Tình cảm.....	27
3.1. Khái niệm	27
3.2. Các mức độ của đời sống tình cảm	28
3.2.1. Màu sắc xúc cảm của cảm giác	28
3.2.2. Xúc cảm.....	28
3.2.3. Tâm trạng	29
3.2.4. Tình cảm.....	30
3.3. Các qui luật tình cảm.....	31
3.3.1. Qui luật lây lan	31

3.3.2. Qui luật di chuyển	31
3.3.3. Qui luật thích ứng.....	31
3.3.4. Qui luật pha trộn.....	32
3.3.5. Qui luật tương phản.....	33
3.3.6. Qui luật hình thành tình cảm.....	33
4. Một số vấn đề cơ bản của tâm lý học xã hội và tâm lý du lịch.....	33
4.1. Khái niệm Tâm lý học xã hội và Tâm lý du lịch và mối quan hệ giữa chúng	33
4.1.1. Khái niệm	34
4.1.2. Mối quan hệ giữa tâm lý khách du lịch và tâm lý học xã hội	35
4.2. Ảnh hưởng của một số hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến trong du lịch.....	35
4.2.1. Phong tục tập quán	35
4.2.2. Truyền thống	36
4.2.3. Tôn giáo - tín ngưỡng.....	36
4.2.4. Tính cách dân tộc	37
4.2.5. Bầu không khí tâm lý xã hội	37
4.2.6. Dự luận xã hội đối với hoạt động du lịch.....	38
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 1	39
BÀI 2. NHỮNG ĐẶC ĐIỂM TÂM LÝ CHUNG CỦA KHÁCH DU LỊCH	40
1. Hành vi của người tiêu dùng du lịch	40
1.1. Khái niệm	40
1.2. Các yếu tố ảnh hưởng tới hành vi tiêu dùng	41
1.2.1. Nhóm các yếu tố về sản phẩm, dịch vụ.....	41
1.2.2. Nhóm các yếu tố về văn hoá	42
1.2.3. Nhóm các yếu tố về xã hội.....	42
1.2.4. Nhóm các yếu tố về cá nhân.	42
1.2.5. Nhóm các yếu tố về tâm lý.....	43
1.2.6. Các yếu tố khác.	43
2. Động cơ và sở thích của khách du lịch	43
2.1. Động cơ đi du lịch của con người ngày nay.....	43
2.1.1. Khái niệm	43
2.1.2. Các loại động cơ đi du lịch.....	44
2.2. Những sở thích của khách du lịch	45
2.2.1. Sở thích và sự hình thành sở thích	45
2.2.2. Các loại sở thích dựa trên động cơ đi du lịch.....	45
3. Nhu cầu du lịch.....	47
3.1. Khái niệm nhu cầu du lịch.....	47
3.2. Sự phát triển nhu cầu du lịch.....	47
3.3. Các loại nhu cầu du lịch	48
3.3.1. Nhu cầu vận chuyển	48

3.3.2. Nhu cầu lưu trú và ăn uống	49
3.3.3. Nhu cầu tham quan và giải trí	50
3.3.4. Những nhu cầu khác.....	51
4. Tâm trạng và cảm xúc của khách du lịch.....	52
4.1. Các loại tâm trạng của khách du lịch	52
4.1.1. Khách có tâm trạng dương tính.....	52
4.1.2. Khách có tâm trạng âm tính	52
4.1.3. Khách có tâm trạng stress.....	52
4.2. Một số loại cảm xúc thường gặp của khách du lịch.....	53
4.2.1. Khách du lịch có cảm xúc giận dữ	53
4.2.2. Khách du lịch có cảm xúc suy sụp	53
4.2.3. Khách du lịch có cảm xúc bị tổn thương	53
4.2.4. Khách du lịch có cảm xúc bị thất vọng.....	53
4.3. Các yếu tố ảnh hưởng tới tâm trạng và cảm xúc của khách du lịch	54
4.3.1. Các nhân tố chủ quan	54
4.3.2. Các nhân tố khách quan	54
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 2	55
BÀI 3. NHỮNG ĐẶC ĐIỂM TÂM LÝ CỦA KHÁCH DU LỊCH THEO	
DÂN TỘC VÀ NGHỀ NGHIỆP	56
1. Tâm lý khách du lịch theo châu lục	56
1.1. Người châu Âu	56
1.2. Người châu Á	57
1.3. Người châu Phi.....	59
1.4. Người châu Mỹ-La tinh.....	59
2. Những đặc điểm tâm lý của khách du lịch theo dân tộc	59
2.1. Khách du lịch là người Vương Quốc Anh	59
2.1.1. Những đặc điểm chung	59
2.1.2. Đặc điểm khi đi du lịch.	61
2.2. Khách du lịch là người Pháp	62
2.2.1. Những đặc điểm chung:	62
2.2.2. Đặc điểm khi đi du lịch	63
2.3. Khách du lịch là người Đức	64
2.3.1. Đặc điểm chung:.....	64
2.3.2. Đặc điểm khi đi du lịch	65
2.4. Khách du lịch là người Italia.....	65
2.4.1. Những đặc điểm chung:	65
2.4.2. Đặc điểm khi đi du lịch	66
2.5. Khách du lịch là người Thụy Sĩ	66
2.5.1. Những đặc điểm chung:	66
2.5.2. Đặc điểm khi đi du lịch	67

2.6. Khách du lịch là người Nga	68
2.6.1. Những đặc điểm chung	68
2.6.2. Đặc điểm khi đi du lịch	69
2.7. Khách du lịch là người Mỹ.....	69
2.7.1. Những đặc điểm chung	69
2.7.2. Đặc điểm khi đi du lịch	71
2.8. Khách du lịch là người Ả Rập.....	72
2.8.1. Những đặc điểm chung	72
2.8.2. Đặc điểm khi đi du lịch:	73
2.9. Khách du lịch là người Ấn Độ	73
2.9.1. Những đặc điểm chung:	73
2.9.2. Đặc điểm khi đi du lịch:	75
2.10. Khách du lịch là người Nhật Bản.....	75
2.10.1. Những đặc điểm chung:	75
2.10.2. Đặc điểm khi đi du lịch	77
2.11. Khách du lịch là người Hàn Quốc.....	78
2.11.1. Những đặc điểm chung:	78
2.11.2. Đặc điểm khi đi du lịch	80
2.12. Khách du lịch là người Trung Quốc.....	80
2.12.1. Những đặc điểm chung	80
2.12.2. Đặc điểm khi đi du lịch	83
2.12.3. Vài nét về người Hoa Kiều.....	83
2.13. Khách du lịch là người Australia	84
2.13.1. Những đặc điểm chung	84
2.13.2. Đặc điểm khi đi du lịch	87
2.14. Khách du lịch là người Asean	87
2.14.1. Khách du lịch là người Thái Lan	87
2.14.2. Khách du lịch là người Malaysia	88
2.14.3. Khách du lịch là người Indonesia	89
2.14.4. Khách du lịch là người Philipines	90
2.14.5. Khách du lịch là người Singapore.....	91
2.14.6. Khách du lịch là người Myanmar	92
2.14.7. Khách du lịch là người Lào	92
2.14.8. Khách du lịch là người Campuchia.....	93
3. Những đặc điểm tâm lý của khách du lịch theo nghề nghiệp	91
3.1. Khách du lịch là nhà quản lý - ông chủ.....	92
3.2. Khách du lịch là thương gia	92
3.3. Khách du lịch là nhà báo	92
3.4. Khách du lịch là nhà khoa học	92
3.5. Khách du lịch là nghệ sĩ	92
3.6. Khách du lịch là công nhân	93

3.7. Khách du lịch là thủy thủ	93
3.8. Khách du lịch là nhà chính trị - ngoại giao	93
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 3	94
BÀI 4. MỘT SỐ VẤN ĐỀ KHÁI QUÁT VỀ HOẠT ĐỘNG GIAO TIẾP..	95
1. Bản chất của giao tiếp	95
1.1. Khái niệm	95
1.2. Các loại hình giao tiếp.....	99
1.2.1. Phân loại giao tiếp theo tính chất của giao tiếp:	99
1.2.2. Phân loại giao tiếp theo quy cách giao tiếp.....	99
1.2.3. Phân loại giao tiếp theo vị thế:	99
1.2.4. Phân loại giao tiếp theo số lượng người tham gia giao tiếp và tính chất của mỗi quan hệ giữa họ	99
1.3. Mục đích giao tiếp.....	100
1.4. Sơ đồ quá trình giao tiếp	100
1.5. Các vai xã hội trong giao tiếp.....	102
1.6. Kỹ năng sử dụng ngôn ngữ trong giao tiếp.....	103
1.6.1. Ngôn ngữ nói.....	103
1.6.2. Ngôn ngữ viết.....	104
1.6.3. Ngôn ngữ biểu cảm	104
2. Một số đặc điểm cơ bản của tâm lý con người trong giao tiếp.....	110
2.1. Thích được giao tiếp với người khác.	110
2.2. Thích được người khác khen và quan tâm đến mình.	110
2.3. Con người ai cũng thích đẹp.	110
2.4. Thích tò mò, thích điều mới lạ, thích những cái mà mình không có, có một rồi lại muốn có hai.....	110
2.5. Con người luôn sống bằng biểu tượng và yêu thích kỷ niệm.	110
2.6. Con người luôn đặt niềm tin, hy vọng vào những điều mình theo đuổi. ...	111
2.7. Con người luôn tự mâu thuẫn với chính mình.	111
2.8. Con người thích tự khẳng định, thích được người khác đánh giá về mình, thích tranh đua.	111
3. Những trở ngại trong quá trình giao tiếp.....	111
3.1. Yếu tố gây nhiễu	111
3.2. Thiếu thông tin phản hồi	112
3.3. Nhận thức khác nhau qua các giác quan	112
3.4. Suy xét, đánh giá giá trị vội vàng.....	112
3.5. Sử dụng từ đa nghĩa nhiều ẩn ý.....	112
3.6. Không thống nhất, hợp lý giữa giao tiếp bằng từ ngữ và cử chỉ điệu bộ... ..	112
3.7. Chọn kênh thông tin không hợp lý.....	113
3.8. Thiếu lòng tin	113
3.9. Trạng thái cảm xúc mạnh khi giao tiếp.....	113

3.10. Thiếu quan tâm, hứng thú	113
3.11. Khó khăn trong việc diễn đạt	113
4. Phương pháp khắc phục những trở ngại trong quá trình giao tiếp.....	113
4.1. Hạn chế tối đa yếu tố gây nhiễu	113
4.2. Sử dụng thông tin phản hồi	114
4.3. Xác lập mục tiêu chung.....	114
4.4. Suy xét thận trọng, đánh giá khách quan	114
4.5. Sử dụng ngôn từ hợp lý	114
4.6. Học cách tiếp xúc và thể hiện động tác, phong cách cử chỉ hợp lý	114
4.7. Lựa chọn thời điểm và kênh truyền tin hợp lý	114
4.8. Xây dựng lòng tin.....	115
4.9. Không nên đề cảm xúc mạnh chi phối quá trình giao tiếp.....	115
4.10. Tạo sự đồng cảm giữa hai bên	115
4.11. Diễn đạt rõ ràng có sức thuyết phục.....	115
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 4	116
BÀI 5. MỘT SỐ NGHỊ THỨC GIAO TIẾP CƠ BẢN.....	117
1. Nghi thức gặp gỡ làm quen	117
1.1. Chào hỏi	118
1.2. Giới thiệu làm quen	119
1.2.1. Giới thiệu làm quen có người thứ ba.....	119
1.2.2. Tự giới thiệu về bản thân, về nhóm người	120
1.3. Bắt tay.....	121
1.4. Danh thiếp	122
1.5. Ôm hôn	123
2. Nghi thức xử sự trong giao tiếp.....	124
2.1. Ra vào cửa	124
2.2. Lên xuống cầu thang	124
2.3. Sử dụng thang máy	125
2.4. Châm thuốc xã giao.....	125
2.5. Ghế ngồi và cách ngồi.....	125
2.5.1. Ghế ngồi	125
2.5.2. Cung cách ngồi.....	126
2.6. Tặng hoa, quà	126
2.7. Sử dụng xe hơi.....	127
2.8. Tiếp xúc nơi công cộng.....	128
3. Nghi thức tổ chức tiếp xúc và chiêu đãi.....	128
3.1. Tổ chức tiếp xúc và tham dự tiếp xúc	129
3.1.1. Tầm quan trọng của công tác tiếp xúc	129
3.1.2. Một số hình thức tiếp xúc.....	129
3.2. Tổ chức tiệc chiêu đãi và dự tiệc chiêu đãi	131

3.2.1. Khái niệm tiệc	131
3.2.2. Các loại tiệc thông dụng.....	131
3.2.3. Xử sự của người mời và người được mời dự tiệc	133
4. Trang phục.....	134
4.1. Trang phục phụ nữ	134
4.2. Trang phục nam giới	135
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 5	136
NỘI DUNG THẢO LUẬN/ BÀI TẬP THỰC HÀNH	137
BÀI 6. KỸ NĂNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ.....	138
1. Lần đầu gặp gỡ	138
1.1. Ấn tượng ban đầu trong giao tiếp.....	138
1.2. Những yếu tố đảm bảo sự thành công của lần đầu gặp gỡ:	138
1.3. Những bí quyết tâm lý trong buổi đầu gặp gỡ:	139
2. Kỹ năng trò chuyện	139
2.1. Mở đầu câu chuyện một cách tự nhiên:	139
2.2. Chú ý quan sát để dẫn dắt câu chuyện sao cho phù hợp với tâm lý của người nghe:	140
2.3. Biết cách gợi chuyện hợp lý.....	140
2.4. Biết cách chú ý lắng nghe người tiếp chuyện.	140
2.5. Phải biết kết thúc câu chuyện và chia tay	140
2.6. Những điều cần chú ý khi trò chuyện	140
3. Kỹ năng diễn thuyết	141
3.1. Tạo ấn tượng tốt đẹp từ giây phút ban đầu	141
3.2. Đồng cảm, giao hoà với thính giả	142
3.3. Chuẩn bị chu đáo nội dung chính của bài diễn thuyết	143
3.4. Sử dụng thiết bị phụ trợ và các yếu tố phi ngôn ngữ hợp lý làm tăng hiệu quả của cuộc diễn thuyết	143
3.5. Kết thúc cuộc diễn thuyết một cách hợp lý và gây ấn tượng.....	143
4. Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại.....	144
4.1. Đặc thù của giao tiếp qua điện thoại	144
4.2. Kỹ năng giao tiếp qua điện thoại.....	144
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 6	145
NỘI DUNG THẢO LUẬN/BÀI TẬP TÌNH HUỐNG.....	145
BÀI 7. KỸ NĂNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ TRONG HOẠT ĐỘNG KINH DOANH DU LỊCH	146
1. Diện mạo người phục vụ	146
1.1. Vệ sinh cá nhân	146
1.2. Đồng phục	147
2. Quan hệ giao tiếp với khách hàng	147
2.1. Nội dung giao tiếp với khách hàng qua các giai đoạn	147

2.1.1. Giai đoạn 1: Đón tiếp khách.....	147
2.1.2. Giai đoạn 2: Phục vụ khách	148
2.1.3. Giai đoạn 3: Tiễn khách	149
2.2. Xây dựng mối quan hệ tốt với khách hàng	149
2.2.1. Kỹ năng bán hàng.....	149
2.2.2. Xử lý các tình huống phàn nàn với khách hàng.....	150
3. Quan hệ giao tiếp trong nội bộ doanh nghiệp	150
3.1. Tham gia vào tổ làm việc	151
3.1.1. Thế nào là các tổ và các nhóm	151
3.1.2. Tại sao phải làm việc theo tổ.....	152
3.2. Cư xử của người quản lý đối với nhân viên.....	152
3.2.1. Đảm bảo sức khỏe và an toàn lao động cho nhân viên	152
3.2.2. Đảm bảo lương và các khoản phải trả cho nhân viên	152
3.2.3. Các điều kiện làm việc	152
3.2.4. Đối xử công bằng	153
3.2.5. Tạo cơ hội cho sự phát triển.....	153
3.2.6. Tổ chức công đoàn	153
3.3. Cư xử của nhân viên đối với người quản lý.....	153
3.3.1. Cư xử có trách nhiệm	153
3.3.2. Cư xử trung thực	153
3.3.3. Cư xử có tinh thần hợp tác	153
3.4. Mối quan hệ hữu cơ giữa nhân viên và nhà quản lý	153
3.4.1. Phụ thuộc lẫn nhau	153
3.4.2. Tin tưởng lẫn nhau	154
3.4.3. Lợi ích của hai bên	154
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 7	155
NỘI DUNG THẢO LUẬN/ BÀI TẬP TÌNH HUỐNG.....	155
BÀI 8. TẬP QUÁN GIAO TIẾP TIÊU BIỂU TRÊN THẾ GIỚI	156
1. Tập quán giao tiếp theo tôn giáo	156
1.1. Phật giáo	156
1.2. Hồi giáo	157
1.3. Cơ đốc giáo.....	157
2. Tập quán giao tiếp theo vùng lãnh thổ	157
2.1. Tập quán giao tiếp người Châu Á	158
2.1.1. Đặc điểm chung về tập quán giao tiếp người châu Á	158
2.1.2. Tập quán giao tiếp một số nước tiêu biểu	159
2.2. Tập quán giao tiếp người châu Âu	162
2.2.1. Đặc điểm chung về tập quán giao tiếp người Châu Âu	162
2.2.2. Tập quán giao tiếp một số nước tiêu biểu.....	162
2.3. Tập quán giao tiếp các nước Nam Mỹ và người Mỹ	164

2.3.1. Tập quán giao tiếp một số nước Nam Mỹ.....	164
2.3.2. Tập quán giao tiếp người Mỹ	164
CÂU HỎI ÔN TẬP BÀI 8	165
NỘI DUNG THẢO LUẬN	166
TÀI LIỆU THAM KHẢO	167
PHỤ LỤC 1. NHỮNG ĐẶC ĐIỂM TÂM LÝ CỦA NGƯỜI LAO ĐỘNG TRONG NGÀNH DU LỊCH	168
PHỤ LỤC 2. MỘT SỐ KINH NGHIỆM ĐỂ PHÁN ĐOÁN TÂM LÝ CON NGƯỜI KHI TIẾP XÚC	186

MÔ ĐUN

TÂM LÝ VÀ KỸ NĂNG GIAO TIẾP ỨNG XỬ VỚI KHÁCH DU LỊCH

Mã mô đun: MD08

Vị trí, ý nghĩa, vai trò mô đun:

- Tâm lý và kỹ năng giao tiếp ứng xử với khách du lịch được giảng dạy sau khi học xong các môn Chính trị, Tổng quan du lịch, Nghiệp vụ nhà hàng, Tin cơ sở và song song với các môn Nghiệp vụ chế biến món ăn, văn hóa ẩm thực...

- Tâm lý và kỹ năng giao tiếp ứng xử với khách du lịch là mô đun thuộc nhóm các môn học, mô đun kỹ thuật cơ sở trong chương trình khung Cao đẳng nghề Kỹ thuật chế biến món ăn.

- Là mô đun lý thuyết kết hợp với thực hành. Đánh giá kết thúc mô đun bằng hình thức kiểm tra.

- Môn học nhằm trang bị cho người học những kiến thức cơ bản về tâm lý, kỹ năng giao tiếp nói chung và tâm lý, kỹ năng giao tiếp ứng xử trong hoạt động kinh doanh du lịch nói chung. Từ đó, người học biết vận dụng những kiến thức, kỹ năng này trong quá trình phục vụ khách du lịch và xây dựng mối quan hệ giao tiếp tốt đẹp với các đồng nghiệp.

Mục tiêu của mô đun:

- Kiến thức:

+ Thông hiểu và trình bày được những kiến thức cơ bản về tâm lý học, những đặc điểm tâm lý chung của khách du lịch và những đặc điểm tâm lý của khách du lịch theo quốc gia, dân tộc và nghề nghiệp ;

+ Trình bày được những kiến thức cơ bản về hoạt động giao tiếp nói chung và giao tiếp trong kinh doanh du lịch nói riêng ;

+ Nhận biết và trình bày được những tập quán giao tiếp tiêu biểu trên thế giới.

- Kỹ năng:

+ Vận dụng những kiến thức cơ bản về tâm lý nói chung và tâm lý khách du lịch nói riêng trong quá trình nghiên cứu nhu cầu, động cơ và sở thích của khách du lịch, từ đó tạo ra những sản phẩm du lịch phù hợp ;

+ Thực hiện được các kỹ năng giao tiếp cơ bản và các kỹ năng giao tiếp ứng xử trong hoạt động kinh doanh du lịch, từng bước hoàn thiện phong cách giao tiếp ứng xử văn minh, lịch sự;

+ Vận dụng các đặc điểm tâm lý trong giao tiếp và xử lý các tình huống hiệu quả.

- Thái độ:

Hình thành thái độ tự tin, chủ động, hợp tác khi giao tiếp và giải quyết các yêu cầu của khách.

Nội dung mô đun :

Số TT	Tên các bài trong mô đun	Thời gian			
		Tổng số	Lý thuyết	Thực hành	Kiểm tra*
1.	Một số vấn đề cơ bản của tâm lý học	9	9	0	0
2.	Những đặc điểm tâm lý chung của khách du lịch	10	4	5	1
3.	Những đặc điểm tâm lý của khách du lịch theo dân tộc và nghề nghiệp	11	5	5	1
4.	Một số vấn đề khái quát về hoạt động giao tiếp	7	7	0	0
5.	Một số nghi thức giao tiếp cơ bản	11	4	6	1
6.	Kỹ năng giao tiếp ứng xử	10	5	5	0
7.	Kỹ năng giao tiếp ứng xử trong hoạt động kinh doanh du lịch	11	5	5	1
8.	Tập quán giao tiếp tiêu biểu trên thế giới	6	6	0	0
	Cộng	75	45	26	4

BÀI 1

MỘT SỐ VẤN ĐỀ CƠ BẢN CỦA TÂM LÝ HỌC

Mã bài: MD08-01

Giới thiệu

Trong tất cả các hoạt động của con người, thường xuyên xuất hiện các hiện tượng tâm lý, tình thần. Nhận thức được những hiện tượng tâm lý của bản thân cũng như của đối tượng tham gia giao tiếp giúp con người làm chủ được bản thân, giúp con người hoạt động, giao tiếp và học tập được tốt hơn.

Bản chất tâm lý người là sự phản ánh của thế giới khách quan vào não người; tâm lý người mang tính chủ thể và mang bản chất xã hội lịch sử, do đó, nắm bắt được bản chất tâm lý người giúp chúng ta biết cách giao tiếp ứng xử và phục vụ phù hợp với tâm lý mỗi người.

Tâm lý con người vô cùng phong phú và đa dạng, nó bao gồm những hiện tượng tinh thần từ đơn giản đến phức tạp, trong đó nhân cách và tình cảm là hai thuộc tính tâm lý cơ bản của tâm lý học, nó là cơ sở khoa học cho việc nghiên cứu những đặc điểm tâm lý xã hội của con người.

Những hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến cũng là nội dung cơ bản của chương này. Việc nghiên cứu những ảnh hưởng của một số hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến giúp cho các nhà kinh doanh du lịch tạo ra những sản phẩm phù hợp, hấp dẫn khách du lịch.

Mục tiêu:

- Trình bày được những khái niệm cơ bản về bản chất hiện tượng tâm lý người; khái niệm và cấu trúc của nhân cách; khái niệm tình cảm, các mức độ và các quy luật của tình cảm.
- Phân tích được một số vấn đề cơ bản của Tâm lý học xã hội và tâm lý du lịch.
- Nêu được những ảnh hưởng của một số hiện tượng tâm lý xã hội phổ biến trong du lịch; Phong tục tập quán; Truyền thống; Tôn giáo - tín ngưỡng; Tính cách dân tộc; Bầu không khí tâm lý xã hội; Dư luận xã hội.
- Tích cực nhận thức và hứng thú nghiên cứu, học tập.

1. Bản chất hiện tượng tâm lý

Mục tiêu:

- Trình bày được khái niệm tâm lý, tâm lý học.
- Phân tích được bản chất hiện tượng tâm lý người.
- Xác định được các chức năng của tâm lý.
- Phân biệt được các loại hiện tượng tâm lý.
- Trình bày được các phương pháp nghiên cứu tâm lý.

- Vận dụng những kiến thức trên trong quá trình nghiên cứu tâm lý người.

1.1. Khái niệm

Trong cuộc sống hàng ngày, nhiều người dùng cụm từ “tâm lý” để nói về sự hiểu biết trong giao tiếp, hay là sự hiểu biết về lòng người, giống như khi nói: “Bạn trai tôi rất tâm lý, luôn quan tâm đến tôi và chiều theo ý thích của tôi...”. Có người lại dùng cụm từ tâm lý để nói đến tính tình, tình cảm, trí thông minh... của con người. Đây là cách hiểu tâm lý theo nghĩa thông thường. Đời sống tâm lý của con người rất phong phú, nó bao hàm nhiều hiện tượng tâm lý từ đơn giản đến phức tạp như cảm giác, tri giác, trí nhớ, tư duy cho đến nhu cầu, tình cảm, năng lực...

Trong từ điển tiếng Việt thuật ngữ “tâm lý” đã có từ lâu, “tâm lý” hiểu nôm na là ý nghĩ, tâm tư, tình cảm... làm thành đời sống nội tâm, thế giới bên trong của con người.

Trong ngôn ngữ đời thường, chữ “tâm” thường có nghĩa là lòng người, thiên về mặt tình cảm, nó hay được dùng với các cụm từ như “nhân tâm”, “tâm hồn”, “tâm địa”... nhìn chung thường để diễn tả tư tưởng, tinh thần ý thức, ý chí ... của con người.

Trong lịch sử xa xưa của nhân loại, trong các ngôn ngữ phổ biến người ta cũng đều nói đến “tâm lý” với ý nghĩa là “linh hồn”, “tinh thần”, như trong tiếng Latinh “tâm lý học” là “Psychologie” trong đó “Plyche” là “linh hồn”, “tinh thần” là “logos” là học thuyết, khoa học - “Psychologie” chính là khoa học về tâm hồn.

Nói một cách khái quát nhất:

Tâm lý là các hiện tượng tinh thần xảy ra trong đầu óc con người, gắn liền và điều khiển, điều chỉnh hành động hoạt động của con người.

Tâm lý học là một khoa học nghiên cứu sự hình thành, vận hành và phát triển của hoạt động tâm lý, tức là nghiên cứu con người nhận thức thế giới khách quan bằng con đường nào, theo quy luật nào, nghiên cứu thái độ của con người đối với cái mà họ nhận thức được hoặc làm ra.

1.2. Quan niệm mác-xít về tâm lý

Quan điểm Mác-xít khẳng định: Tâm lý người là sự phản ánh hiện thực khách quan vào não người thông qua chủ thể, tâm lý người có bản chất xã hội lịch sử.

1.2.1. Tâm lý người là sự phản ánh hiện thực khách quan vào não người

- Tâm lý người không tự nhiên sinh ra, cũng không phải do não tiết ra như gan tiết ra mật, tâm lý người là sự phản ánh hiện thực khách quan vào não người thông qua “lăng kính chủ quan”.

- Hiện thực thế giới khách quan là nguồn gốc của tâm lý người.

- Điều kiện cần và đủ để có tâm lý:

- + Hiện thực khách quan
- + Một bộ não phát triển bình thường.
- + Phải có sự phản ánh hoặc tác động của hiện thực khách quan vào não người.

- Phản ánh: là một quá trình tác động qua lại giữa hệ thống này và hệ thống khác, kết quả là để lại dấu vết (hình ảnh) tác động ở cả hai hệ thống.

Ví dụ:

Viên phấn khi viết lên bảng đen để lại vết phấn trên bảng và ngược lại, bảng đen làm mòn để lại vết trên viên phấn (phản ánh cơ học).

Hệ thống ôxi tác động qua lại với hệ thống khí hiđrô (phản ánh hoá học) để lại một vết chung của hai hệ thống là nước.

Cây hoa hướng dương luôn vươn về hướng mặt trời (phản ánh sinh vật).

- Phản ánh tâm lý: là sự tác động của hiện thực khách quan vào não con người - cơ quan vật chất có tổ chức cao nhất, chỉ có hệ thần kinh và não bộ mới có khả năng nhận tác động của hiện thực khách quan để tạo ra những hình ảnh, tinh thần (tâm lý).

+ Phản ánh tâm lý là một loại phản ánh đặc biệt: nó là sự phản ánh của não bộ; nó tạo ra hình ảnh tâm lý, là bản sao chép, bản chụp về thế giới; hình ảnh tâm lý khác xa về chất so với các hình ảnh cơ học, vật lí, sinh học. (VD: hình ảnh của bạn ở trước gương khác với hình ảnh của bạn trong đầu tôi).

+ Phản ánh tâm lý mang tính sinh động và sáng tạo.

+ Phản ánh tâm lý mang tính chủ thể đậm nét và sâu sắc.

1.2.2. Tâm lý người mang tính chủ thể

- Tính chủ thể trong tâm lý:

Là sự khác biệt tâm lý giữa người này với người khác, nhóm người này với nhóm người khác, nó là hình ảnh chủ quan về thế giới khách quan, tính chủ thể chính là sự tạo ra những hình ảnh tâm lý về thế giới bằng cách đưa vốn hiểu biết vốn kinh nghiệm và cái riêng của mình (nhu cầu, hứng thú, tính cách, năng lực của mình...) vào hình ảnh tâm lý.

- Biểu hiện của tính chủ thể:

+ Cùng nhận sự tác động của cùng một sự vật hiện tượng khách quan nhưng ở những chủ thể khác nhau cho những hình ảnh tâm lý với những mức độ sắc thái khác nhau.

Ví dụ: Trước một sự kiện người này có thể buồn, người kia vui; cùng nghe một bản nhạc, có người cho là hay, có người không cho là hay; cùng một món ăn, người khen ngon người lại chê....

+ Cùng một hiện thực khách quan tác động đến một chủ thể duy nhất nhưng vào những thời điểm khác nhau, ở những hoàn cảnh khác nhau với trạng thái cơ thể

tinh thần khác nhau có thể cho ta thấy mức độ biểu hiện và các sắc thái tâm lý khác nhau ở chủ thể ấy. (Vì thế trong các lĩnh vực hoạt động đặc biệt trong giao tiếp ứng xử phải chú trọng nguyên tắc sát đối tượng chú ý đến cái riêng trong tâm lý mỗi người).

VD: Ngắm cảnh hoàng hôn lúc cơ thể khoẻ mạnh, tinh thần vui vẻ khác với lúc cơ thể mệt mỏi, buồn bã; cũng là bản nhạc đó lúc vui nghe thấy hay, buồn không muốn nghe nữa.

- Do đâu mà tâm lý người này khác với tâm lý người kia.

Điều đó do nhiều yếu tố chi phối, trước hết, do mỗi con người có những đặc điểm riêng về cơ thể, giác quan, hệ thần kinh và não bộ. Mỗi người có hoàn cảnh sống khác nhau, điều kiện giáo dục không giống nhau và đặc biệt là mỗi cá nhân thể hiện mức độ tích cực hoạt động, tích cực giao lưu khác nhau trong cuộc sống, vì thế tâm lý người này khác với tâm lý người kia.

1.2.3. Tâm lý người mang bản chất xã hội - lịch sử.

Tâm lý người là sự phản ánh hiện thực khách quan, là chức năng của não, là kinh nghiệm xã hội lịch sử biến thành cái riêng của mỗi người. Tâm lý con người khác xa với tâm lý của các động vật cao cấp ở chỗ: tâm lý người có bản chất xã hội và mang tính lịch sử.

Bản chất xã hội và tính lịch sử của tâm lý người thể hiện như sau:

- Tâm lý người có nguồn gốc là thế giới khách quan, mà thế giới khách quan bao gồm cả mặt tự nhiên và xã hội, trong đó nguồn gốc xã hội là cái quyết định. Ngay cả phần tự nhiên trong thế giới cũng đã được xã hội hoá. Phần xã hội của thế giới quyết định tâm lý người thể hiện ở các quan hệ kinh tế xã hội, các mối quan hệ con người - con người từ quan hệ gia đình, làng xóm, quê hương khối phố cho đến các quan hệ nhóm, quan hệ cộng đồng... Các mối quan hệ trên quyết định bản chất con người (theo CácMác, bản chất con người là tổng hoà các mối quan hệ xã hội) vì vậy nó quyết định tâm lý người. Trên thực tế, con người thoát li khỏi các mối quan hệ xã hội, quan hệ người - người đều làm cho tâm lý mất bản tính người (những trường hợp trẻ con do động vật nuôi từ bé, tâm lý của những đứa trẻ này không hơn hẳn tâm lý loài vật)

- Tâm lý người là sản phẩm của hoạt động và giao tiếp của con người trong các mối quan hệ xã hội. Con người vừa là một thực thể tự nhiên vừa lại là một thực thể xã hội. Phần tự nhiên ở con người (như đặc điểm về cơ thể, giác quan, thần kinh, bộ não) được xã hội hoá ở mức cao nhất. Là một thực thể xã hội, con người là chủ thể của nhận thức, chủ thể của hoạt động, giao tiếp với tư cách là một chủ thể tích cực, chủ động, sáng tạo. Tâm lý của con người là sản phẩm của con người với tư cách là chủ thể xã hội, vì thế tâm lý người mang đầy đủ dấu ấn xã hội lịch sử của con người.

- Vốn sống, kinh nghiệm, hiểu biết, tình cảm, tính cách... của mỗi người có được là nhờ quá trình học hỏi tiếp thu các kinh nghiệm của xã hội và lịch sử thông qua hoạt động và giao tiếp (hoạt động vui chơi, học tập, lao động, công

tác xã hội...) trong đó giáo dục giữ vai trò chủ đạo, hoạt động của con người và mối quan hệ giao tiếp của con người trong xã hội đó có tính quyết định, vì “lăng kính chủ quan” của con người có bản chất xã hội nên tâm lí người cũng mang bản chất xã hội lịch sử.

- Tâm lí của mỗi người hình thành, phát triển và biến đổi cùng với sự phát triển của lịch sử cá nhân, lịch sử dân tộc - cộng đồng xã hội. Tâm lí mỗi người chịu chế ước của lịch sử cá nhân và lịch sử cộng đồng xã hội.

Tóm lại, tâm lí người có nguồn gốc xã hội - lịch sử, vì thế khi nghiên cứu về tâm lí con người phải nghiên cứu môi trường xã hội, nền văn hoá xã hội, các mối quan hệ xã hội trong đó con người sống và hoạt động. Cần phải tổ chức có hiệu quả việc giáo dục, cũng như những hoạt động chủ đạo ở từng giai đoạn, lứa tuổi khác nhau để hình thành, phát triển tâm lí người. Trong việc nghiên cứu tâm lí khách du lịch cũng phải tuân thủ các yêu cầu nói trên, cần phải nghiên cứu môi trường xã hội, nền văn hoá xã hội (phong tục tập quán, truyền thống, tính cách dân tộc...) mà khách du lịch sống và hoạt động.

1.3. Chức năng của tâm lí

Hiện thực khách quan quyết định tâm lí con người, nhưng chính tâm lí con người lại tác động trở lại hiện thực bằng tính năng động, sáng tạo của nó thông qua hoạt động, hành vi. Mỗi hành động, hoạt động của con người đều do “cái tâm lí” điều hành. Đây chính là chức năng của tâm lí và nó được thể hiện qua các mặt sau :

- Chức năng định hướng: tâm lí có chức năng xác định phương hướng cho hành động, hành vi. (vai trò của động cơ, mục đích hoạt động)

- Chức năng động lực: tâm lí là động lực thôi thúc, lôi cuốn con người hoạt động, khắc phục những khó khăn trở ngại vươn tới mục đích đã đề ra.

- Chức năng điều khiển, kiểm tra: tâm lí điều khiển, kiểm tra quá trình hoạt động bằng chương trình, kế hoạch, phương thức tiến hành hoạt động, làm cho hoạt động của con người trở nên có ý thức, đem lại hiệu quả nhất định.

- Chức năng điều chỉnh: tâm lí giúp con người điều chỉnh hoạt động cho phù hợp với mục tiêu đã xác định, đồng thời phù hợp với điều kiện hoàn cảnh thực tế cho phép.

Nhờ các chức năng trên mà tâm lí giúp con người không chỉ thích ứng với hoàn cảnh khách quan, mà còn giúp con người nhận thức, cải tạo và sáng tạo ra thế giới, và chính trong quá trình đó con người nhận thức, cải tạo chính bản thân mình.

1.4. Phân loại các hiện tượng tâm lí

1.4.1. Quá trình tâm lí

Quá trình tâm lí là hiện tượng tâm lí diễn ra trong thời gian tương đối ngắn, có mở đầu, diễn biến, kết thúc tương đối rõ ràng. Người ta thường phân biệt ba quá trình tâm lí :

- Quá trình nhận thức (cảm giác, tri giác, trí nhớ, tư duy, tưởng tượng).
- Quá trình xúc cảm (biểu thị sự vui mừng, tức giận, dễ chịu, khó chịu, nhiệt tình...)
- Quá trình ý chí - hành động, ngôn ngữ: là những hành động của con người do ý chí điều khiển.

1.4.2. Trạng thái tâm lý

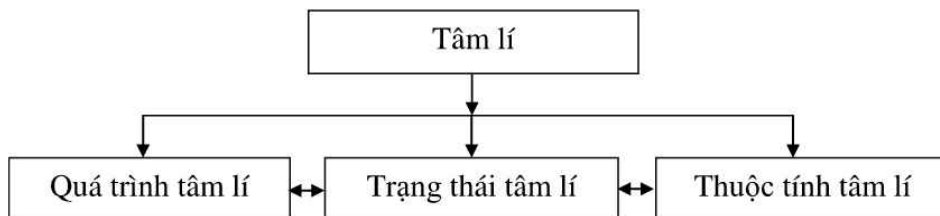
Trạng thái tâm lý là những hiện tượng tâm lý diễn ra trong thời gian tương đối dài, việc mở đầu, diễn biến và kết thúc không rõ ràng. Các trạng thái tâm lý thường đi kèm và làm nền cho các hoạt động và hành vi của con người. (Ví dụ: sự chú ý, tâm trạng...)

Ví dụ: Con người bao giờ cũng ở trong một trạng thái tâm lý nhất định, nói cách khác bao giờ đời sống tâm lý cũng diễn ra trong một trạng thái nào đó như chú ý tập trung hay lơ đãng phân tán, tích cực hoạt bát hay mệt mỏi, u mê, thối mả, bồn chồn hay hồ hởi, thoải mái, chần chừ do dự hay quyết tâm say sưa.

1.4.3. Thuộc tính tâm lý cá nhân

Là những hiện tượng tâm lý tương đối ổn định khó hình thành và khó mất đi, tạo nên những nét riêng của nhân cách. Người ta thường nói đến bốn nhóm thuộc tính tâm lý cá nhân như: Xu hướng, tính cách, khí chất, năng lực. Ngoài ra tình cảm, ý chí là những thuộc tính tâm lý nói lên phẩm chất nhân cách của cá nhân.

Có thể biểu diễn mối quan hệ giữa các hiện tượng tâm lý bằng sơ đồ sau:



Sơ đồ 1.1: Mối quan hệ giữa các hiện tượng tâm lý

1.5. Một số phương pháp nghiên cứu tâm lý

1.5.1. Phương pháp quan sát

Phương pháp quan sát là phương pháp dựa trên việc tri giác có chủ định, nhằm xác định những đặc điểm của đối tượng thông qua những biểu hiện bên ngoài như: nét mặt, cử chỉ, ánh mắt, cách đi đứng, nói năng, cách ăn mặc....

Có nhiều hình thức quan sát:

+ Quan sát toàn diện (quan sát tổng hợp): được thực hiện theo chương trình kế hoạch, có hệ thống trong một khoảng thời gian nhất định.

+ Quan sát bộ phận (quan sát lựa chọn): chỉ tập trung vào một số sự việc có liên quan trực tiếp đến vấn đề định nghiên cứu mà bỏ qua những mặt khác, Ví dụ: Chỉ quan sát sở thích tiêu dùng của khách du lịch tại điểm du lịch nào đó.

+ Quan sát trực tiếp: là hình thức mà người nghiên cứu tham gia hoạt động trực tiếp với đối tượng để tiến hành quan sát.

+ Quan sát gián tiếp: thông qua các thông tin từ các nguồn khác nhau, như hình ảnh, nhật ký, bài phát biểu, giọng nói... của đối tượng nghiên cứu

Phương pháp quan sát có nhiều ưu điểm: cho phép thu thập được những thông tin cụ thể, khách quan trong điều kiện tự nhiên của đối tượng. Bên cạnh đó nó cũng có một số nhược điểm: mất nhiều thời gian, tốn công sức, kết quả nghiên cứu chỉ mang tính định tính, khó xác định được nguyên nhân, đòi hỏi người nghiên cứu phải có những hiểu biết nhất định về tâm lý và đối tượng nghiên cứu phải thể hiện trong điều kiện hoàn toàn bình thường.

Muốn quan sát đạt kết quả tốt cần chú ý:

- + Xác định rõ mục đích, nội dung và kế hoạch quan sát.
- + Chuẩn bị chu đáo về mọi mặt.
- + Tiến hành quan sát cẩn thận và có hệ thống.
- + Ghi chép và xử lý thông tin khách quan, trung thực.
- + Không để đối tượng được quan sát nhận biết (vì đối tượng có thể có những biểu hiện trái với tâm lý của họ - dẫn đến kết quả nghiên cứu có thể thiếu sót).

Trong quá trình phục vụ du lịch phương pháp quan sát là phương pháp phổ biến và thường được áp dụng nhiều nhất. Vì trong quá trình phục vụ luôn có sự giao tiếp trực tiếp với khách thông qua việc quan sát để xác định những đặc điểm tâm lý của khách từ đó định hướng cho quá trình giao tiếp, xác định thái độ và cách phục vụ hợp lý nhằm mang lại sự hài lòng cho khách và xúc tiến việc bán hàng đạt nhiều lợi nhuận nhất. Để phát triển năng lực quan sát, nhân viên phục vụ phải thường xuyên rèn luyện cách quan sát của mình, bên cạnh đó cần phải tích lũy vốn hiểu biết, kinh nghiệm của mình về hành vi, cử chỉ... của con người thông qua các tài liệu có liên quan và thông qua những kinh nghiệm dân gian, tướng mạo học, kinh nghiệm của đồng nghiệp và của người đi trước.

1.5.2. Phương pháp đàm thoại

Phương pháp đàm thoại là phương pháp thu thập thông tin và phán đoán, đánh giá những đặc điểm tâm lý thông qua quá trình đàm thoại với đối tượng cần nghiên cứu.

Về hình thức, phương pháp đàm thoại có ba hình thức cơ bản đó là: Tìm hiểu trực tiếp, tìm hiểu gián tiếp và hình thức kết hợp cả tìm hiểu trực tiếp và tìm hiểu gián tiếp.

- Tìm hiểu trực tiếp: đó là dùng câu hỏi trực tiếp để tìm hiểu tâm lý đối tượng. Trong thực tế, việc phỏng vấn, tra hỏi chủ yếu theo hình thức này.