

Spis treści

Wprowadzenie	7
Rozdział 1. Osobowość	
1.1. „Turystyka dla turysty, turysta dla przedsiębiorcy w turystyce”	19
1.2. Jak się buduje toksyczne podejście przedsiębiorcy w turystyce do samego siebie	22
1.3. Potrzeby własne przedsiębiorcy w turystyce	26
1.4. Oczekiwania wobec osobowości przedsiębiorcy w turystyce	37
1.5. Alternatywne podejścia do pracownika w turystyce	57
1.6. Mapa zamiany potrzeb. Podstawowe mechanizmy	60
Rozdział 2. Dysonans poznawczy	
2.1. Pojawienie się pojęcia dysonansu poznawczego	69
2.2. Pojęcie wtórnego dysonansu poznawczego	73
2.3. Dysonans – zachowania racjonalne i nieracjonalne przedsiębiorców w turystyce	78
2.4. Techniki wykorzystywania partnera, który redukuje przeżywany dysonans	83
2.5. Zmiany zachodzące w przedsiębiorcy pod wpływem redukcji dysonansu	89
2.6. Proces zmiany postawy. Mechanizm, symptomy, zmienne mierzalne	91
2.7. Dysonans a obraz samego siebie	107
2.8. Psychologiczne następstwa nieuchronności zdarzeń	111
Rozdział 3. Mechanizm zachowań	
3.1. Typowe zachowania antyrynkowe i ich przestrzeń	113
3.2. Tradycyjne i humanistyczne ujęcia przedmiotu oraz dynamiki samoświadomości	119
3.3. Czterowymiarowa koncepcja samoświadomości	127
3.4. Analiza wybranego, modelowego zachowania antyrynkowego przedsiębiorcy w turystyce	136

Zakończenie	155
Załącznik A	161
Załącznik B	168
Załącznik C	171
Załącznik D	176
Bibliografia	187