

【消费心理学】

【Consumer psychology】

一、基本信息

课程代码：【0040180】

课程学分：【3】

面向专业：【工商企业管理】

课程性质：本课程是工商企业管理专业的院级必修课。本课程主要学习消费者心理与行为的基本理论知识，同时对学生运用心理学有关理论，分析、评价消费者的消费行为、指导广告策划活动有一定实际能力方面的要求，是一门强调理论与实践紧密结合，理性同能力同步发展的课程

开课院系：职业技术学院

使用教材：【消费心理学 汤丽萍、曹虎山、廖波 主编 航空工业出版社】

参考书目 1、戴卫东、刘鸽. 消费者心理学 . 北京大学出版社, 2011

2、马中宝, 陈德余. 消费心理学. 机械工业出版社, 2011

3、申纲领. 消费心理学. 电子工业出版社, 2010

课程网站网址：无

先修课程：【市场营销 0060160 (2)】

二、课程简介

本课程主要学习消费者心理与行为的基本理论知识,同时对学生运用心理学有关理论,分析、评价消费者的消费行为、指导广告策划活动有一定实际能力方面的要求,是一门强调理论与实践紧密结合,理性同能力同步发展的课程。

开设消费者心理与行为的根本目的与任务,是引导学生了解心理与脑的唯物关系以及人脑对客观现实反映的能动性,进而培养辩证唯物主义观点,增强抵御机械唯物主义和各种各样的唯心主义对心理曲解的能力,了解有关消费者消费心理与行为领域的各种心理活动的表现形式、规律和特点,使学生了解、熟悉、掌握消费心理与行为的基本理论、原则、策略和方法。

三、选课建议

该课程适合经济管理类专业,高年级使用,学生在学习该课程前,必须先修市场营销类课程作为基础,侧重于实际案例教学,以期让学生了解掌握消费心理学的重要性及必要性。

四、课程与专业毕业要求的关联性

专业毕业要求	关联
--------	----

L01: 品德修养。拥护中国共产党的领导, 坚定理想信念, 自觉涵养和积极弘扬社会主义核心价值观, 增强政治认同、厚植家国情怀、遵守法律法规、传承雷锋精神, 践行“感恩、回报、爱心、责任”八字校训, 积极服务他人、服务社会、诚信尽责、爱岗敬业。	
L021: 专业能力。调查预测能力。熟悉调查方案的策划, 调查问卷的设计, 掌握常用的资料分析与预测方法, 熟悉调查报告的写作。	
L022: 市场开拓能力。熟悉 SWOT 分析、波士顿矩阵、STP 分析、4P 组合、营销组织与控制等, 并能有效应用。	
L023: 生产运作能力。清楚生产运作系统的设计、进度管理、质量管理、技术管理、设备管理等。	
L024: 人力资源能力。熟悉人力资源工作规划、招聘与配置、培训与开发、绩效管理、薪酬与福利、劳动关系管理, 并能设计方案。	
L025: 财务管理能力。清楚资金的筹集、投资、运营、分配和财务计划与决策、财务预算与控制、财务分析与考核等	
L026: 商务管理能力。熟悉商务范围、时间、成本、人员、沟通、风险、采购、集成管理等。	
L027: 营销管理能力。能用已有的思维成果和创新的方法进行策划。熟悉营销策划原理与步骤、策划创意与文案、营销策划整体设计及运用等。	
L028: 具备电子商务应用能力	
L031: 表达沟通。倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求	●
L032: 应用书面或口头形式, 阐释自己的观点, 有效沟通	●
L041: 自主学习。能根据需要确定学习目标, 并设计学习计划。	●
L042: 能搜集、获取达到目标所需要的学习资源, 实施学习计划、反思学习计划、持续改进, 达到学习目标。	
L05: 健康发展。懂得审美、热爱劳动、为人热忱、身心健康、耐挫折, 具有可持续发展的能力。	●
L061: 协同创新。在集体活动中能主动担任自己的角色, 与其他成员密切合作, 善于自我管理和团队管理, 共同完成任务。	
L062: 有质疑精神, 能有逻辑的分析与批判。	
L063: 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。	
L071: 信息应用。能够根据需要进行专业文献检索。	
L072: 能够使用适合的工具来搜集信息, 并对信息加以分析、鉴别、判断与整合。	
L081: 国际视野。具备外语表达沟通能力, 达到本专业的要求。	
L082: 理解其他国家历史文化, 有跨文化交流能力。	
L083: 有国际竞争与合作意识。	

备注: LO=learning outcomes (学习成果)

五、课程目标/课程预期学习成果

序号	课程预期学习成果	课程目标 (细化的预期学习成果)	教与学方式	评价方式
----	----------	---------------------	-------	------

1	L031	1. 倾听他人意见、尊重他人观点、分析他人需求。	面授加互动	课堂表现, 测验, 作业, 考试
	L032	2. 应用书面或口头形式, 阐释自己的观点, 有效沟通。	面授加互动	课堂表现, 测验, 作业, 考试
2	L041	能根据需要确定学习目标, 并设计学习计划。	面授加互动	课堂表现, 测验, 作业, 考试
3	L05	健康发展。懂得审美、身心健康、耐挫折, 具有可持续发展的能力。	面授加互动	课堂表现, 测验, 作业, 考试

六、课程内容

课时分配表

单元 节	课 时	备注
项目一	2	
项目二	4	
项目三	4	
项目四	2	
项目五	2	
项目六	2	
测试 X1	4	
项目七	4	
项目八	2	
项目九	4	
项目十	4	
项目十一	2	
测试 X2	4	
复习	2	
期末考查	2	

《消费心理学》教学大纲目录

项目一 消费心理学概述

- 任务一 了解消费心理学的概念
- 任务二 熟悉消费心理学的研究内容、原则与方法
- 任务三 了解消费心理学的起源、发展及现实意义

项目二 消费者的心理活动过程

- 任务一 熟悉消费者的认知过程
- 任务二 熟悉消费者的情绪与情感过程
- 任务三 了解消费者的意志过程

- 项目三 消费者的个性心理特征
- 任务一 熟悉消费者的能力及其在消费行为中的表现
- 任务二 熟悉消费者的气质及其在消费行为中的表现
- 任务三 熟悉消费者的性格及其在消费行为中的表现
- 任务四 了解消费者的兴趣对消费行为的影响
- 项目四 消费者的需求与购买
- 任务一 了解消费者需求
- 任务二 熟悉消费者的购买动机
- 任务三 了解消费的购买行为
- 项目五 消费群体与消费心理
- 任务一 了解消费群体里的基本知识
- 任务二 掌握不同消费群体的消费心理特征
- 项目六 社会文化与消费心理
- 任务一 了解社会文化的基本知识
- 任务二 熟悉中国传统文化影响下的消费心理
- 任务三 熟悉消费习俗对消费心理的影响
- 任务四 熟悉消费流行对消费心理的影响
- 项目七 商品因素与消费心理
- 任务一 了解商品名称、商标与消费心理的关系
- 任务二 熟悉商品包装与消费心理的关系
- 任务三 熟悉商品设计与消费心理的关系
- 任务四 掌握商品价格与消费心理的关系
- 项目八 商业广告与消费心理
- 任务一 了解商业广告的基本知识
- 任务二 熟悉商业广告的心理策略
- 项目九 购物环境与消费心理
- 任务一 了解购物环境的基本知识
- 任务二 熟悉外部购物环境与消费心理的关系
- 任务三 熟悉内部购物环境与消费心理的关系
- 项目十 销售服务与消费心理
- 任务一 了解销售服务的基本知识
- 任务二 熟悉售前服务与消费心理的关系
- 任务三 熟悉售中服务与消费心理的关系
- 任务四 熟悉售后服务与消费心理的关系
- 项目十一 消费心理的新发展
- 任务一 了解电子商务与消费心理
- 任务二 了解绿色消费与消费心理

七、课内实验名称及基本要求

序号	实验名称	主要内容	实验时数	实验类型	备注
1	定量分析	消费者行为学理论知识熟练掌握	4	综合型	
2	定性分析	消费者行为学理论知识熟练掌握;	4	综合型	

3	收集数据	数据收集及统计分析的能力	4	综合型	
4	统计分析, 调研报告	综合应用相关知识点	4	综合型	

八、评价方式与成绩

总评构成 (1+X)	评价方式	占比
X1	分析报告分析点评	20%
X2	分析报告分析点评	20%
X3	课堂表现、作业	10%
X4	开卷笔试考试	50%

撰写人：王修远

系主任审核签名：

