

## 上海建桥学院课程教学进度计划表

## 一、基本信息

|      |                                                                                                                                                     |      |                  |
|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|------------------|
| 课程代码 | 0060533                                                                                                                                             | 课程名称 | 消费心理学            |
| 课程学分 | 3                                                                                                                                                   | 总学时  | 48               |
| 授课教师 | 潘洪涛                                                                                                                                                 | 教师邮箱 | 714998983@qq.com |
| 上课班级 | 工企 23-1 23-2                                                                                                                                        | 上课教室 | 四教 304           |
| 答疑时间 | 时间: 周五中午<br>地点: 教师休息室 电话: 13917095272                                                                                                               |      |                  |
| 主要教材 | 《消费心理学》张丽莉 主编 清华大学出版社                                                                                                                               |      |                  |
| 参考资料 | 1、戴卫东、刘鸽. 《消费者心理学》. 北京大学出版社, 2011<br>2、马中宝, 陈德余. 《消费者心理学》. 机械工业出版社, 2011<br>3、申纲领. 《消费者心理学》. 电子工业出版社, 2010<br>4、汤丽萍、曹虎山、廖波. 《消费者心理学》. 航空工业出版社, 2012 |      |                  |

## 二、课程教学进度

| 周次 | 教学内容                      | 教学方式      | 作业      |
|----|---------------------------|-----------|---------|
| 1  | 项目 1 导论-消费心理学概述           | 面授        | 课后思考与练习 |
| 2  | “中秋节”放假                   |           |         |
| 3  | 项目 2 消费者的心理活动过程           | 面授        |         |
| 4  | 项目 3 消费者的个性心理特征           | 面授、性格测试操作 | 课后思考与练习 |
| 5  | “国庆节”放假                   |           |         |
| 6  | 项目 4 消费者的需要和动机            | 面授        |         |
| 7  | 项目 5 消费者群体心理（任务一、任务二、任务三） | 面授        | 课后思考与练习 |
| 8  | 项目 5 消费者群体心理（任务四、任务五）     | 面授        |         |
| 9  | 测试 X1 及点评分析               | 学生演示、点评分析 |         |

注：课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上，并发送到教务处存档。

|    |                         |           |         |
|----|-------------------------|-----------|---------|
| 10 | 项目 6 广告与顾客购买心理          | 面授        | 课后思考与练习 |
| 11 | 项目 7 营销环境与消费者心理         | 面授        | 课后思考与练习 |
| 12 | 项目 8 商品命名、商标、包装与消费者购买心理 |           |         |
| 13 | 项目 9 商品价格与消费者购买心理       |           |         |
| 14 | 项目 10 商品设计与消费者购买心理      | 面授        | 课后思考与练习 |
| 15 | 测试 X2 及点评分析             | 学生演示、点评分析 |         |
| 16 | 复习、考查                   | 面授，考试     |         |

三、评价方式以及在总评成绩中的比例

| 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% |

任课教师：潘洪涛      系主任审核：      日期：2023. 09. 15