



廣東工贸職業技術學院
GUANGDONG COLLEGE OF INDUSTRY AND COMMERCE

教师授课教案

授课教师：严 琳

课程名称：消费心理学

二〇一七年一月

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 1 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材： 消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 5 周 星期 2 1-4 节 2016 年 9 月 27 日
第 1 章 课题： 绪论
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解本门课程的基本情况，了解消费心理学的学科特征。
二、内容及课时：
1、说课；15 分钟 2、内容基本介绍；15 分钟 3、消费心理学的概念；10 分钟； 4、消费心理学的产生和发展过程；35 分钟 5、消费心理学的研究对象、研究方法；15 分钟
三、重点：消费心理学学科知识结构的理解
难点：消费心理学学科知识结构的理解
处理方法：理论知识的介绍，辅之以案例讲解。
四、教学过程：
1、说课，介绍本门课程的基本情况，主要内容，主要知识点； 2、消费心理学的产生和发展过程； 3、消费心理学的研究对象、研究方法。
五、多媒体课件
六、作业：课后寻找相关书籍阅读
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们了解了本门课程的基本情况，了解学习该课程的基本方法。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 2 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 5 周 星期 4 1-4 节 2016 年 9 月 29 日
第 2 章 课题：消费者的购买决策
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解消费者的购买对象，熟悉购买决策的内容以及购买决策的参与者。
二、内容及课时：
1、购买决策的含义、内容；30 分钟
2、购买决策的特点；20 分钟
3、购买决策的参与者；20 分钟
4、购买决策的原则；20 分钟
三、重点：消费者购买决策的制定
难点：消费者购买决策的实例分析
处理方法：结合讨论与案例来讲解
四、教学过程：
1、介绍购买决策的含义、内容
2、讲解购买决策的特点
3、讲解购买决策的参与者和原则
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容。
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了消费者购买决策是如何制定的。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 3 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编	
2016-2017 学年 第一 学期 第 6 周 星期 4 1-4 节	2016 年 10 月 8 日
第 2 章 课题：消费者的购买行为	
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。	
一、目标：掌握消费者购买行为的类型和过程。	
二、内容及课时：	
1、消费者购买行为的模式；30 分钟；	
2、消费者购买行为的过程；30 分钟；	
3、消费者购买行为的类型；30 分钟	
三、重点：消费者的购买行为过程	
难点：消费者购买行为的实例分析	
处理方法：理论知识的介绍，辅之以案例讲解	
四、教学过程：	
1、介绍消费者购买行为的模式；	
2、案例分析消费者购买行为的过程；	
3、介绍消费者购买行为的类型。	
五、多媒体课件	
六、作业：	
课后复习本次课的内容	
七、课后小结：	
通过本次课的学习，同学们了解了消费者购买行为是如何发生的。	

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 4 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 7 周 星期 2 1-4 节 2016 年 10 月 11 日
课题：课堂练习——消费者的购买行为分析
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：用观察法分析某一消费场所（商场或超市/饭店）的消费者的消费行为有何特点。
掌握消费者购买行为的类型和过程。
二、内容及课时：
1、各组派代表上讲台阐述本组作业；75 分钟
2、教师点评；15 分钟
三、重点：消费者的购买行为过程
难点：消费者购买行为的实例分析
处理方法：学生讲解为主，教师点评为辅
四、教学过程：
1、各组派代表上讲台阐述本组作业；
2、教师点评。
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们了解了消费者购买行为是如何发生的。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 5 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 7 周 星期 4 1-4 节 2016 年 10 月 13 日
第 3 章 课题：消费者心理活动的认知过程——感性认识
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解消费者心理活动的感性认识过程，掌握感觉、知觉的基本概念及其在营销活动中的作用。
二、内容及课时：
1、感觉的概念；10 分钟 2、感觉在营销中的运用；30 分钟 3、知觉的概念；10 分钟 4、知觉的特点；15 分钟 5、知觉在营销中的运用；25 分钟
三、重点：感觉与知觉
难点：感觉与知觉在营销实践中的分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、介绍感觉的概念及其在营销中的运用 2、体验营销案例分析 3、讲述知觉的概念及其在营销中的运用 4、错觉利用的案例分析
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了感觉、知觉在营销中的运用。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 6 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 8 周 星期 2 1-4 节 2016 年 10 月 18 日
第 3 章 课题：消费者心理活动的认知过程——理性认识
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解消费者心理活动的理性认识过程，掌握注意、想象与思维的基本概念及其在营销活动中的作用。
二、内容及课时：
1、注意的概念、功能、种类及其在营销中的运用；40 分钟 2、记忆的概念及其在营销中的运用；20 分钟 3、想象的概念及其营销中的运用；20 分钟 4、思维的概念及其在营销中的运用；10 分钟
三、重点：注意的概念、功能、种类
难点：注意在营销实践中的分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、介绍注意的概念、功能、种类 2、案例分析讲解注意在营销中的运用 3、讲述记忆、想象的概念 4、案例分析讲解想象在营销中的运用 3、讲解思维在营销中如何运用
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了注意、想象等心理因素在营销中的运用。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 7 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 8 周 星期 4 1-4 节 2016 年 10 月 20 日
第 3 章 课题：消费者心理活动的情感过程、意志过程
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解消费者心理活动的情感过程，掌握影响消费者情感变化的因素。了解消费者心理活动意志过程的三个阶段。
二、内容及课时：
1、消费者心理活动的情感过程；35 分钟 2、影响消费者情感变化的因素；30 分钟 3、消费者心理活动的意志过程；25 分钟
三、重点：消费者心理活动的情感过程
难点：消费者心理活动情感过程的营销实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、分析消费者心理活动的情感过程 2、案例分析探讨影响消费者情感变化的因素 3、讲解消费者心理活动的意志过程
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了消费者在购物过程中的情感变化过程及其影响因素

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 8 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 9 周 星期 2 1-4 节 2016 年 10 月 25 日
第 4 章 课题：消费者的个性心理倾向性——需要
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：掌握需要的含义、马斯洛需要层次论的相关内容，了解消费者对商品的需要类型，掌握影响消费者需要的因素，了解消费者需要的变化趋势。
二、内容及课时：
1、需要的定义、马斯洛需要层次论；25 分钟； 2、消费者对商品的需要类型；20 分钟； 3、影响消费者需要的因素；30 分钟 4、消费者需要的变化趋势；15 分钟
三、重点：马斯洛需要层次论
难点：马斯洛需要层次论的实例分析
处理方法：理论知识的介绍，辅之以案例讲解
四、教学过程：
1、介绍需要的定义、马斯洛需要层次论； 2、案例分析讲解消费者对商品的需要类型、影响消费者需要的因素及其变化趋势。
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握需要的相关内容。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 9 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 9 周 星期 4 1-4 节 2016 年 10 月 27 日
第 4 章 课题：动机
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：掌握动机的概念。了解消费者动机的形式。
二、内容及课时：
1、动机的概念；15 分钟
2、动机的形式；75 分钟
三、重点：动机的概念
难点：动机类型的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解动机的形式
2、案例分析探讨动机的形式
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了动机的大致类型以及消费者购买行为中动机的分析。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 10 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 10 周 星期 2 1-4 节 2016 年 11 月 1 日
第 4 章 课题：态度
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：掌握态度的概念，熟悉态度形成的过程以及影响态度形成的因素。
二、内容及课时：
1、态度的概念、形成过程；25 分钟
2、影响态度形成的因素；35 分钟
3、态度的改变；30 分钟
三、重点：态度的形成过程
难点：态度形成因素的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解态度的概念、形成过程
2、案例分析讲解态度形成的影响因素以及态度的改变
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了态度的概念以及消费者购买行为中态度的作用。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 11 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 10 周 星期 4 1-4 节 2016 年 11 月 3 日
第 5 章 课题：消费者的个性心理特征——气质
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：掌握气质的概念，了解气质的类型，熟悉气质体液说的相关内容，了解气质与消费者购买行为的关系。
二、内容及课时：
1、气质的概念、特征；25 分钟
2、气质的类型；50 分钟
3、气质与消费者购买行为；15 分钟
三、重点：气质体液说的相关内容
难点：气质与消费者购买行为的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解气质的概念
2、案例分析探讨气质的类型
3、案例分析讲解气质与消费者购买行为的关系
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了气质的理论内容。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 12 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 11 周 星期 2 1-4 节 2016 年 11 月 8 日
第 5 章 课题：性格
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：掌握性格的概念、性格与气质的关系，了解性格的类型，熟悉消费者购买行为中的性格表现，了解性格的养成途径。
二、内容及课时：
1、性格的概念；10 分钟 2、性格与气质的关系；25 分钟 3、性格的类型；35 分钟 4、消费者购买行为中的性格表现；20 分钟
三、重点：性格与气质的关系
难点：消费者购买行为中性格的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解性格的概念 2、案例分析探讨性格与气质的关系 3、讲解性格的类型 4、案例分析讲解消费者购买行为中的性格表现
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了性格的概念、类型，分析实践中消费者购买行为中的性格。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 13 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 11 周 星期 4 1-4 节 2016 年 11 月 10 日
第 5 章 课题：能力
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：掌握能力的概念和分类，掌握能力、知识和技能的关系，了解能力与消费者购买行为的关系。
二、内容及课时：
1、能力的概念、分类；25 分钟
2、能力、知识和技能的关系；25 分钟
3、能力与消费者购买行为；40 分钟
三、重点：能力、知识和技能的关系
难点：能力与消费者购买行为的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解能力的概念、分类
2、案例分析讲解能力、知识和技能的关系
3、案例分析讲解能力与消费者购买行为的关系
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了能力的理论内容，并提升了实践分析能力。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 14 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 12 周 星期 2 1-4 节 2016 年 11 月 15 日
第 章 课题：课堂练习——某一商品目标消费者的心理特征分析
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：要求学生任选某一商品（饮食、服装、学习、娱乐等方面），从心理学角度分析其广州的目标消费者的特征。培养锻炼学生的分析能力。
二、内容及课时：
每个小组按顺序上台汇报、回答问题、教师点评。
三、重点：考核学生的分析能力、语言表达能力、PPT 的制作水平以及团队的合作状况
难点：无
处理方法：学生汇报讲解、教师点评
四、教学过程：
1、每个小组按顺序上台汇报
2、回答问题
3、教师点评
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了一定的分析能力、表达能力以及应变能力

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 15 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 13 周 星期 2 1-4 节 2016 年 11 月 22 日
第 6 章 课题：年龄
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解不同年龄阶段消费者的购买心理特征及其对企业的营销启示。
二、内容及课时：
1、少年儿童的消费心理特征及其营销启示；30 分钟 2、青年人的消费心理特征及其营销启示；30 分钟 3、中年人的消费心理特征及其营销启示；30 分钟
三、重点：少年儿童的消费心理特征及其营销启示
难点：不同年龄消费者购买行为特征的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
案例分析分别讲解少年儿童、青年人、中年人的消费心理特征及其营销启示
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了年龄对消费者购买行为的影响。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 16 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材： 消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 13 周 星期 4 1-4 节 2016 年 11 月 24 日
第 6 章 课题： 年龄、性别
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解老年人、不同性别消费者的购买心理特征及其对企业的营销启示。
二、内容及课时：
1、老年人的消费心理特征及其营销启示；40 分钟
2、男女消费心理特征分析及其营销启示；50 分钟
三、重点：老年人的消费心理特征及其营销启示
难点：不同年龄消费者购买行为特征的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、案例分析讲解老年人的消费心理特征及其营销启示
2、案例分析讲解男女消费者的消费心理特征及其营销启示
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了年龄和性别对消费者购买行为的影响。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 17 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 14 周 星期 2 1-4 节 2016 年 11 月 29 日
第 6 章 课题：健康状况、机能构造与消费心理
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解消费者的健康状况与身体机能构造对其购买行为是如何产生影响的。
二、内容及课时：
1、中国消费者健康状况描述；25 分钟
2、健康状况与消费心理；25 分钟
3、健康状况与健康产业；20 分钟
4、机能构造与消费心理；20 分钟
三、重点：消费者健康状况与机能构造对消费行为产生的影响
难点：实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解中国消费者健康状况
2、案例分析讲解健康状况与消费心理
3、案例分析讲解健康状况与健康产业
3、案例分析讲解机能构造与消费心理
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们了解消费者的健康状况与身体机能构造对其购买行为是如何产生影响的。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 18 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 14 周 星期 4 1-4 节 2016 年 12 月 1 日
第 7 章 课题：文化因素——文化概述
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：掌握文化的内涵，了解文化是如何影响消费者购买行为的。
二、内容及课时：
1、文化的定义；20 分钟
2、文化的内容；40 分钟
3、文化对消费者心理的影响；30 分钟
三、重点：文化的定义和内容
难点：文化对消费心理影响的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解文化的定义和内容
2、案例分析讲解具体文化对消费者购买行为的影响
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了文化对消费者购买行为的影响。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 19 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 15 周 星期 2 1-4 节 2016 年 12 月 6 日
第 7 章 课题：中国文化下的消费者行为
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解对中国消费者影响最大的文化价值观，熟悉不同的地缘亚文化下消费者购买行为的特点
二、内容及课时：
1、对中国消费者影响最大的文化价值观：50 分钟
2、不同地缘亚文化群下的消费者购买行为特点分析：40 分钟
三、重点：对中国消费者影响最大的文化价值观
难点：对中国消费者影响最大的文化价值观的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解对中国消费者影响最大的文化价值观
2、案例分析讲解对中国消费者影响最大的文化价值观
3、案例分析讲解不同地缘亚文化群下的消费者购买行为特点
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们了解了对中国消费者影响最大的文化价值观以及不同地缘亚文化群下的消费者购买行为特点。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 20 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 15 周 星期 4 1-4 节 2016 年 12 月 8 日
第 8 章 课题：社会因素
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解经济状况、社会阶层、参照群体以及家庭是如何影响消费者购买行为的。
二、内容及课时：
1、经济状况与消费者购买行为；30 分钟 2、不同社会阶层消费心理特点；20 分钟 3、参照群体对消费者心理的影响；20 分钟 4、家庭所处的不同阶段购买行为特征分析；20 分钟
三、重点：参照群体、家庭对消费者心理的影响
难点：参照群体、家庭对消费者心理的影响的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解经济状况与消费者购买行为 2、分析不同社会阶层消费心理特点 3、案例分析讲解参照群体对消费者心理的影响 4、案例分析讲解家庭所处的不同阶段购买行为特征分析
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了经济状况、社会阶层、参照群体家庭对消费者购买行为的影响。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 21 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 16 周 星期 2 1-4 节 2016 年 12 月 13 日
第 章 课题：课堂练习——运用所学知识设计一种新产品
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：要求学生运用所学知识设计一种新产品，培养锻炼其创造能力以及团队合作精神。
二、内容及课时：
每个小组按顺序上台汇报、回答问题、教师点评。
三、重点：考核学生的分析能力、创造力、语言表达能力、PPT 制作水平以及团队合作精神
难点：无
处理方法：学生汇报讲解、教师点评
四、教学过程：
1、每个小组按顺序上台汇报
2、回答问题
3、教师点评
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了一定的分析能力、表达能力以及灵活应变能力

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 22 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 16 周 星期 4 1-4 节 2016 年 12 月 15 日
第 9 章 课题：营销活动与消费心理——新产品策略与消费心理
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：熟悉新产品的概念，了解影响消费者购买新产品的心理因素掌握新产品设计的心理策略。
二、内容及课时：
1、新产品的概念；20 分钟
2、影响消费者购买新产品的心理因素；30 分钟
3、新产品设计的心理策略；40 分钟
三、重点：新产品设计的心理策略
难点：新产品设计的心理策略的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、案例分析讲解新产品的概念
2、新产品设计的心理策略
3、案例分析讲解新产品设计的心理策略
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了新产品设计的心理策略。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 23 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 17 周 星期 2 1-4 节 2016 年 12 月 20 日
第 9 章 课题：营销活动与消费心理——商标策略与消费心理
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：掌握商标的概念，了解商标的心理效应，熟悉商标对消费者购买行为的影响。
二、内容及课时：
1、商标的概念；15 分钟
2、商标的心理效应；40 分钟
3、商标对消费者购买行为的影响；35 分钟
三、重点：商标的心理效应
难点：商标的心理效应的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、案例分析讲解商标的概念
2、分析商标的心理效应
3、案例分析讲解商标对消费者购买行为的影响
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了商标的概念以及商标对消费者购买行为的影响。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 24 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 17 周 星期 4 1-4 节 2016 年 12 月 22 日
第 9 章 课题：包装策略、价格策略与消费心理
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：掌握包装的心理功能，了解针对消费者心理的包装策略，掌握价格对消费者的心理作用机制，了解消费者的价格心理表现以及消费者对价格的判断。
二、内容及课时：
1、包装的心理功能；20 分钟 2、针对消费者心理的包装策略；30 分钟 3、价格对消费者的心理作用机制；20 分钟 4、消费者的价格心理表现；10 分钟 5、消费者对价格的判断；10 分钟
三、重点：针对消费者心理的包装策略、价格对消费者的心理作用机制
难点：针对消费者心理的包装策略、价格对消费者的心理作用机制的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解包装的心理功能 2、案例分析讲解针对消费者心理的包装策略 3、讲解价格对消费者的心理作用机制 4、案例分析讲解消费者的价格心理表现 5、案例分析讲解消费者对价格的判断
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们了解了针对消费者心理的包装策略、价格策略的制定。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 25 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 18 周 星期 2 1-4 节 2016 年 12 月 27 日
第 9 章 课题：广告策略与消费心理
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：掌握广告的心理功能，了解针对消费者心理的广告策略。
二、内容及课时：
1、广告的心理功能；30 分钟
2、针对消费者心理的广告策略；30 分钟
3、案例分析；30 分钟
三、重点：针对消费者心理的广告策略
难点：针对消费者心理的广告策略
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、讲解广告的心理功能
2、针对消费者心理的广告策略
3、综合案例分析
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们了解了针对消费者心理的广告策略。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 26 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 18 周 星期 4 1-4 节 2016 年 12 月 29 日
第 10 章 课题：购物环境与消费心理
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：熟悉购物环境的分类，了解内外部购物环境与消费者购买行为之间的关系。
二、内容及课时：
1、外部购物环境与消费心理；20 分钟
2、案例分析；20 分钟
3、内部购物环境与消费心理；20 分钟
4、案例分析；20 分钟
三、重点：内部购物环境与消费心理
难点：内部购物环境与消费心理的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、案例分析讲解外部购物环境与消费心理
2、案例分析讲解内部购物环境与消费心理
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了内、外部购物环境对消费者购买行为的影响。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 27 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 19 周 星期 2 1-4 节 2017 年 1 月 3 日
课题：课堂练习——购物环境与消费心理
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法；四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导；七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：分析某一消费场所的环境（餐馆、商店、超市、酒店等）对消费者的购买行为会产生怎样的影响。熟悉购物环境的分类，了解内外部环境与消费者购买行为之间的关系。
二、内容及课时：
1、各组派代表上台陈述本组观点；60 分钟
2、教师点评；20 分钟
三、重点：内部购物环境与消费心理
难点：内部购物环境与消费心理的实践分析
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、各组派代表上台陈述本组观点
2、教师点评
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了内、外部购物环境对消费者购买行为的影响。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 28 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编
2016-2017 学年 第一 学期 第 19 周 星期 4 1-4 节 2017 年 1 月 5 日
第 11 章 课题：营销人员与消费心理
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。
一、目标：了解营销人员的基本素质，熟悉营销人员的服务内容，掌握相关的处理消费者投诉的技巧。
二、内容及课时：
1、营销人员的基本素质；20 分钟 2、案例分析；30 分钟 3、营销人员的服务；20 分钟 4、处理消费者的投诉；20 分钟
三、重点：营销人员的服务
难点：实践中处理消费者的投诉
处理方法：理论讲解、实例分析
四、教学过程：
1、案例分析讲解营销人员的基本素质 2、案例分析讲解营销人员的服务 3、案例分析讲解处理消费者投诉的技巧
五、多媒体课件
六、作业：
课后复习本次课的内容
七、课后小结：
通过本次课的学习，同学们掌握了营销人员的基本素质与服务内容以及处理消费者投诉的相关技巧。

广东工贸职业技术学院

教师授课教案

第 29 页

16 营销 1-4 班 消费心理学课 使用教材：消费心理学 易正伟主编	
2016-2017 学年 第一 学期 第 19 周 星期 4 1-4 节 2017 年 1 月 5 日	
第 章 课题：复习	
教案内容：一、本次课的教学目标；二、内容及课时分配；三、重点、难点及处理方法； 四、教学过程（也可另用备课纸写）；五、教具、课件及挂图；六、作业及辅导； 七、课后小结。写时只写序号后即写该项内容。	
一、目标：串讲本课程的主要知识点，让学生进一步熟悉本课程的重点知识模块。	
二、内容及课时：	
1、串讲本课程的主要内容；50 分钟	
2、课堂答疑；40 分钟	
三、重点：本课程重点知识模块	
难点：相关知识点的实践运用	
处理方法：理论讲解、课堂答疑	
四、教学过程：	
1、串讲本课程的主要内容	
2、课堂答疑	
五、多媒体课件	
六、作业：	
课后复习本次课的内容	
七、课后小结：	
通过本次课的学习，同学们进一步熟悉本课程的重点知识模块。	

