

课程名称: 消费行为学

北京理工大学研究生教学日历

主讲教师: 冯 艳

2017 - 20018 学年 第一学期

辅导教师: _____

项目 时数	全总学时 期数	学时分配				每周 时数
		讲授	实验	习题	其它	
教学计划 与执行	32	24			8	4
实际上课						

周次	上课方式	时数	授 课 内 容	课 外 作 业		平时学习检查		参考书名称和章节
				时数	内容	检查要求 与方式	所需 时间	
第4周	讲授	3	1. 消费行为学概述		通读《普通心理学》基本理论	课堂提问		主要参考以下书目的相关章节: 江林 著 消费者心理与行为 卢泰宏 消费行为学 Del I.Hwkins 等著, Consumer Behavior, 第8版 美, J.保罗.彼得 杰里.C.奥尔森 著 韩德昌 主译 消费者行为与营销 战略 美 迈克尔.R 所罗门 著 张莹等译 消费者行为 Frank R. Kardes 著 马龙龙 译 消费者行为与管理 者决策
			1.1 基本概念					
			1.2 消费行为学的产生与发展					
			1.3 消费行为学学科内容及教学安排					
第5周	讲授为主, 辅以 讨论	3	2. 消费者认知		学习相关心理学理论	课堂提问		
			2.1 消费者感觉					
			2.2 消费者知觉					
			2.3 消费者记忆					
第6周	讲授为主, 辅以 讨论	3	2.4 消费者学习		自我气质与 消费行为	课堂模拟		
			3. 消费者个性心理特征					
			3.1 消费者个性构成					
			3.2 气质及气质类型					
第7周	讲授为主, 辅以 讨论	3	3.3 消费者气质及营销对策		消费动机调 查	作业		
			4. 消费者需要与动机					
			4.1 需要与动机					
			4.2 消费者需要					
第8周	讲授与讨论相结 合	3	4.3 消费者动机		消费态度调 查	作业		
			5. 消费者态度					
			5.1 态度及构成					
			5.2 消费者态度形成及改变					
第9周	讲授与讨论相结 合	3	5.3 消费者态度调查		消费文化总 揽	课堂交流		
			6. 社会因素与消费行为					
			6.1 社会文化					
			6.2 社会阶层与家庭					
第10周	讲授与讨论相结 合	3	6.3 相关群体与网络社区		生活方式与 产品开发	课堂交流		
			7. 自我概念与生活方式					
			7.1 自我概念与消费行为					
			7.2 生活方式与消费行为					
第11周	讲授与讨论相结 合	3	7.3 营销应用		网络消费行 为理论	课堂交流		
			8. 购买行为分析					
			8.1 消费者购买行为模型					
			8.2 消费者购买决策过程					
第12-13周	以讨论为主	6	9. 营销与消费行为		案例分析	课堂交流		
			9.1 消费群体					
			9.2 营销战略					
			9.3 营销策略					

注: 此表由讲课教师填制, 经教研室主任签字后, 教研室存一份, 送交学习该课程的
班级所属系一份。

教研室主任: _____

月 日

