



日照职业技术学院
RIZHAO POLYTECHNIC

消费心理学
专业课程标准汇编
(2021 版)

日照职业技术学院

《消费心理学》课程标准

一. 课程基本信息

课程代码	270426	课程性质	专业选修课
适用专业	移动商务	开设学期	大二第2学期
课程类别	专业平台课程	课程类型	B类
学 分	3.5	总 学 时	56
学时分配	理论学时：28；实践学时：28		
实施场所	多媒体教室	授课方式	
执笔人	张先花		
审核人	申作兰		
制订时间	2022.02		

二. 课程概述

（一）课程定位

《消费者心理学》是针对移动商务专业开设的一门专业平台课程，该门课程主要研究市场营销活动中，商品销售对象，既消费者心理活动的产生、发展及其变化规律，以及互联网时代下消费者心理的变迁。在整个专业课程体系中起到支撑的作用。该课程主要培养学生能够具备运用消费行为学的内容，分析社会消费现象，进行营销策划的能力；培养创新意识，开拓意识、竞争意识和团队协作精神等商务素质；引导和培养学生在互联网发展和消费升级大背景下要拥有正确的价值观，是非观和消费观，为职业生涯的可持续发展提供知识和能力。主要为零售业、实体企业和互联网企业培养从事销售活动或相关工作的专业应用型人才。

（二）先修后续课程

本课程开设在大学二年级第二学期，前导课程有管理学、市场营销实务等，同步课程有新媒体营销、商务数据分析等，后续课程有广告实务、市场调查与分析、市场营销策划等共同构成移动商务专业的核心课程体系，在整个专业课程体系中起到支撑的作用。

三. 课程目标

（一）总体目标：

通过课程学习,使学生在掌握消费者心理学基本理论的前提下,能够在企业营销活动中灵活应用相关知识与技术技能,以提高企业的营销活动效率。同时培养学生掌握解决心理问题、提高心理素质、获取心理能量的方法和技能,能够获得审美能力和共情能力等。目的是为中小企业培养具有良好商业敏感性、较强观察能力、同时具备扎实理论和实际操作水平的技术技能型人才,能胜任市场机会分析、营销策划、推销等方面工作。

(二) 知识技能目标

- 熟悉消费者需要、动机与购买决策过程理论
- 掌握消费者心理过程理论
- 理解消费者个性心理对购买行为的影响
- 理解消费者群体心理对购买行为的影响
- 理解社会环境对消费购买心理与行为的影响
- 掌握产品心理理论
- 掌握价格心理理论
- 掌握营销场景心理理论
- 熟悉广告心理理论
- 掌握推销、售后服务心理理论
- 掌握营销人员业务心理与管理心理理论
- 能够分析与应用消费者需要、动机与购买决策过程
- 能够分析与应用消费者心理过程
- 能够应用消费者个性心理影响购买行为
- 能够应用消费者群体心理影响购买行为
- 能够分析社会环境对消费购买心理与行为的影响
- 能够制定与分析产品心理策略
- 能够制定与分析价格心理策略
- 能够分析与应用营销场景心理
- 能够制定广告策略并分析广告心理
- 能够进行推销、售后服务心理分析与策略制定
- 能够对营销人员心理进行分析与管理

- 能够对互联网

(三) 职业素养目标

- 具备强烈商业意识
- 具备良好的职业道德
- 具备良好的团队精神
- 具备吃苦耐劳的意志品质
- 具备创新精神

(四) 情感态度目标

- 具备审美能力和共情能力
- 具备正确的价值观. 消费观
- 传承与创新营销知识, 弘扬传统文化
- 秉承商贸富国. 经世济民. 德本财末等职业信念与品德
- 理解并践行商品创新发展理念和精益求精的工匠精神

四. 课程内容

(一) 课程内容的选取

本课程内容的选取, 遵循以职业的可持续发展为核心, 以实际的工作过程为主线, 依托真实的企业项目为背景进行内容的选取, 以能力训练项目和工作任务为载体, 将课程内容确定为 6 个项目, 14 个工作任务, 共计 56 个课时。

编号	模块名称	学习任务	课时
1	模块一 走进消费者心理	任务 1 消费心理学认知	4
		任务 2 互联网+消费心理学	2
2	模块二 分析消费者心理	任务 3 分析消费者个体心理	6
		任务 4 分析消费者个性心理	4
		任务 5 分析消费者群体心理	4
		任务 6 分析消费者购买过程心理	4
3	模块三 分析营销活动心理效应	任务 7 分析商品与消费者心理	4
		任务 8 分析价格与消费者心理	4
		任务 9 分析广告与消费者心理	4
4	模块四 分析营销环境心理效应	任务 10 分析店容店貌与消费者心理	4
		任务 11 分析内部设计与消费者心理	4
5	模块五 分析营销沟通心理效应	任务 12 分析营销沟通心理效应	4
6	模块六 分析网络与新媒体心理效应	任务 13 分析网络营销与消费者心理	4
		任务 14 分析新媒体营销与消费者心理	4

		理	
合计			56

(二) 课程内容的设计

根据课程教学目标、课程特点和行业的发展趋势，结合市场营销专业学生的特点，设计了6个学生容易介入的真实的实践活动项目，亲身体验、感悟和操作。通过学生有效参与到教学活动中，在做中学习，充分发挥学生主体、教师主导作用，帮助学生更好的理解消费者，利用心理学知识开展相关营销、经营与管理工。同时，做好课程思政的系统设计，让学生了解中国消费基本国情，培养文化自信，普及人文精神和科学精神，在实践中侧重培养团队协作精神以及对他人的尊重，帮助学生树立良好的消费观念，合理消费，杜绝奢侈浪费的生活方式。

编号	模块名称	学习任务	思政内容设计	教学内容设计	教学活动设计
1	模块一 走进消费者心理	任务1 消费心理学认知	1. 弘扬创新精神和工匠精神； 2. 树立文化自信	1. 了解消费者心理与行为分析的核心概念；2. 熟悉消费者心理与行为分析的内容和意义；3. 掌握消费者心理与行为分析的基本方法	课程实践项目 小组组建，团队文化建设
		任务2 互联网+消费心理学	1. 理解新发展理念 2. 理解国家新发展阶段 3. 树立正确的消费观念	1. 掌握互联网背景下消费者心理变化趋势；2. 能够用互联网思维进行营销活动策划	利用互联网思维为中秋节的月饼推广提出创意
2	模块二 分析消费者心理	任务3 分析消费者个体心理	1. 培养社会责任的职业素养 2. 培养爱国主义情怀	1. 理解感觉、知觉、注意、记忆、思维、想象、情绪、情感、意志在消费行为中的含义及特征 2. 掌握消费者认识过程情感过程、意志过程对购买行为的影响	选取一家餐饮店分析如何运用五感营销消费者购买行为？
		任务4 分析消费者个性心理	1. 培养社会责任的职业素养 2. 弘扬创新精神和工匠精神；	1. 了解消费者的个性及其作用 2. 熟悉消费者自我概念、生活方式和态度的主要含义 3. 掌握消费者的个性心理特征与消费行为特点	成功创业者的个性特征分析报告
		任务5 分析消费者群体心理	1. 树立文化自信 2. 培养社会责任的职业素养	1. 理解消费者群体的含义与分类 2. 理解消费者群体对消费行为的影响 3. 掌握不同消费者群体的消费行为特征和相应的营销策	宠物市场消费需求分析报告

				略	
		任务 6 分析消费者购买过程心理	1. 培养社会主义核心价值观 2. 树立中国制造和中国创造的大局观 3. 培养企业家精神, 质量意识和工匠精神	1. 了解消费者购买决策的含义和主要内容 2. 熟悉消费者购买决策的模型和类型 3. 掌握消费者购买决策过程的主要步骤	直播电商背后的消费者心理与行为洞察
3	模块三分析营销活动心理效应	任务 7 分析商品与消费者心理	1. 培养社会责任的职业素养 2. 弘扬工匠精神和创新精神	1. 了解商品名称的心理功能及命名对消费行为的影响 2. 掌握商品品牌, 包装设计的心理需求及相应的营销策略 3. 熟悉新产品开发的心理需求及相应的营销策略	休闲食品电商企业产品策略的消费心理与行为洞察
		任务 8 分析价格与消费者心理	1. 培养遵纪守法, 诚实守信的品质 2. 具备经世济民, 坚持客户为本的职业意识和创新精神	1. 了解消费者的价格心理特点 2. 了解价格变动对消费者的行为影响 3. 掌握商品定价的心理方法和影响心理因素 4. 掌握商品调价的的心理需求及营销策略	企业产品价格策略的消费者心理与行为洞察报告
		任务 9 分析广告与消费者心理	1. 培养诚实守信社会责任的职业素养 2. 具备家国情怀和职业品格	1. 了解商业广告的特点及心理功能 2. 掌握商业广告的定位, 创意, 诉求等对消费行为的影响 3. 掌握商品广告媒体的选择方法和广告心理效果的测评方法	企业广告策略的消费者心理与行为洞察
4	模块四分营销环境心理效应	任务 10 分析店容店貌与消费者心理	1. 培养诚实守信社会责任的职业素养 2. 弘扬创新精神和工匠精神 3. 立足时代, 树立正确的价值观和审美观	1. 掌握商场类型与商场选址的顾客心理预期 2. 理解招牌与建筑外观设计心理 3. 掌握橱窗与购物场所环境设计的心理要求 4. 能够正确运用商店的店容店貌等消费心理策略开展营销活动	新茶饮行业知名茶饮品牌及门店服务体验推介
		任务 11 分析内部设计与消费者心理	1. 传承和弘扬中华优秀传统文化 2. 立足时代, 树立正确的价值观和审美观 3. 增进对“数字强国, 科技	1. 掌握商场内部装饰对消费心理的影响 2. 掌握商店商品陈列对消费心理的影响 3. 运用心理规律与方法进行	选择一家店铺考察如何利用内部设计与消费者进行良好沟通

			强国.网络强国”的理解	商品陈列设计	
5	模块五 分析营销沟通心理效应	任务 12 分析营销沟通与消费者心理效应	1. 培养以客户为本的职业沟通意识 2. 具备吃苦耐劳的敬业精神和诚实守信的职业道德 3. 引导学生树立正确三观, 拥有健康的心理和积极的生活态度	1. 了解营销沟通的含义. 途径与心理策略 2. 熟悉营销人员与消费者的冲突与沟通 3. 掌握拒绝购买态度的形成. 类型和转化	新零售环境下的企业营销沟通实践研究
6	模块六 分析网络与新媒体心理效应	任务 13 分析网络营销与消费者心理	1. 培养学生具备创新意识和工匠精神 2. 培养学生理解国家新发展阶段和发展理念	1. 掌握网络营销的心理特点; 2. 掌握网络营销的心理优势与不足; 3. 掌握用户网络购买决策心理策略 4. 掌握厂商网络营销心理策略、运用用户策略 开展网络营销能力	网络促销方式应用案例搜寻与比较研究报告
		任务 14 分析新媒体营销与消费者心理	1. 培养学生具备创新意识和工匠精神 2. 增进对“数字强国. 科技强国. 网络强国”的理解	1. 掌握互联网与新媒体营销心理的内在联系; 2. 掌握新媒体营销的类型与特点; 3. 掌握新媒体营销下的消费者行为特点; 4. 培养基于新媒体营销心理效应机制进行分析的能力。	**营销项目新媒体营销方案

五. 实训项目设计

编号	实训项目（任务）名称	知识技能目标	职业素养目标	情感态度目标	实施步骤	可展示的结果或考核标准
1	项目一 以行业或企业为背景，组建学习团队。	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉消费心理学的研究对象 2. 了解消费心理学的意义 3. 了解消费心理学的原则与方法 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 具备学习能力 2. 具备践行能力 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 弘扬创新精神和工匠精神； 2. 树立文化自信 	任课教师针对本专业的培养目标，往届毕业生的就业情况进行解析。同学结合自己的就业目标及爱好与兴趣，选择某一行业或领域。	调研分析报告
2.	项目二成功创业者的个性特征解析	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握消费者心理活动发生的认识过程、情感过程和意志过程； 2. 掌握消费者气质、性格、能力的差异及其在购买中的表现； 3. 掌握消费者需要的基本特征和消费者购买动机的基本类型； 4. 掌握消费者购买行为的类型与一般过程。 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 观察与分析能力 2. 运用营销知识的能力 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解新发展理念 2. 理解国家新发展阶段 3. 树立正确的消费观念 	分小组，网络搜集国内成功创业者的经典案例，选择一位中国年轻创业者，针对其创业经历进行研究，解析其成功的创业背后源于其具备哪些优秀的创业者的个性品质，完成一份成功创业者的个性特征分析案例	“中国创业者：XXX的创业历程”文字图文案例、视频案例库、汇报PPT。
	项目三 直播电商背后的消费心理及行为洞察	<ol style="list-style-type: none"> 1. 理解社会文化因素对消费者消费与购买心理的主要影响； 2. 了解消费习俗的分类，掌握消费习俗对消费心理的影响； 3. 理解消费流行的方式、阶段， 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 观察分析能力 2. 践行能力 3. 具有网络思维 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 培养社会责任的职业素养 2. 培养爱国主义情怀 	分小组，采用网络资料收集法，针对目前的直播电商行业发展综合研究分析，选取某一知名主播，对其直播带货营销活动开展调研，制作完成一	直播电商背后的消费心理洞察典型案例—以XX主播为例”文字图文

		<p>掌握消费流行对消费心理的影响；</p> <p>4. 理解参照群体的含义，掌握社会参照群体对消费者心理与行为的影响；</p> <p>5. 掌握社会阶层消费者的三种心理与行为差异</p> <p>6. 理解家庭生命周期，掌握家庭购买决策的角色与类型；</p> <p>7. 掌握青年、中年、老年消费者的消费心理；</p> <p>8. 掌握女性消费者的消费心理和购买特征。</p>			<p>份直播电商背后的消费心理洞察典型案例—以 XX 主播为例，成果形式：文字图文案例、短视频分析案例。</p>	<p>案例、短视频案例</p>
	<p>项目四 休闲食品电商企业产品策略消费心理及行为洞察</p>	<p>1. 理解顾客对商品的需要，掌握商品的心理功能；</p> <p>2. 掌握商品名称、商标和包装的心理策略；</p> <p>3. 掌握品牌营销的心理策略；</p> <p>4. 理解主观价格的心理成因，掌握定价的心理策略。</p>	<p>1. 知识运用能力</p> <p>2. 践行能力</p> <p>3. 具备良好的团队精神</p> <p>4. 具备吃苦耐劳的意志品质</p>	<p>1. 培养社会责任的职业素养</p> <p>2. 弘扬创新精神和工匠精神；</p>	<p>分小组，网络搜集休闲食品电商行业市场现状的资料和信息，选择一家电商企业作为研究对象，开展线上网络平台及线下门店调研，完成 XX 休闲食品电商企业产品策略研究报告。内容主要包含：品牌文化、产品系列、卖点分析、包装设计、品牌宣传、客户服务等。</p>	<p>XX 企业产品策略消费心理洞察报告，汇报 PPT</p>
	<p>项目五 XX 企业产品价格策略消费心理及行为洞察</p>	<p>1. 了解消费者的价格心理特点</p> <p>2. 了解价格变动对消费者的行为影响</p> <p>3. 掌握商品定价的心理方法和</p>	<p>1. 具备知识运用的能力</p> <p>2. 具备网络思维具备良好的</p>	<p>1. 树立文化自信</p> <p>2. 培养社会责任的职业素养</p>	<p>学生分组选择以上某一行业及企业；网络搜集整理该企业产品系列及定价等资料和信息；分组撰写 XX 企业价格策略消</p>	<p>XX 企业价格策略消费心理洞察报告、汇报 PPT。</p>

		影响心理因素 4. 掌握商品调价的的心理需求及营销策略	团队精神		费心理洞察报告及汇报 PPT。 注:分析报告应具备:企业目前系列产品价格调研. 竞争者系列产品价格调研. 企业竞争优势分析. 问题与建议等。	
	项目六 XX 企业广告策略消费心理及行为洞察	1. 了解商业广告的特点及心理功能 2. 掌握商业广告的定位、创意、诉求等对消费行为的影响 3. 掌握商品广告媒体的选择方法和广告心理效果的测评方法	1. 具有良好的审美观 2. 具有总结分析能力; 3. 具备良好的团队精神	1. 培养社会主义核心价值观 2. 树立中国创造和中国创造的大局观 3. 培养企业家精神. 质量意识和工匠精神	学生分组讨论, 选择某一企业为研究对象;网络搜集. 整理. 研究分析相关广告资料。 注:结合产品生命周期理论, 分析各时期广告主题. 广告信息. 广告目标等内容。 分组撰写 XX 企业广告策略分析报告。 注:分析报告应包含不同生命周期阶段的广告案例, 对其广告主题. 广告信息. 广告目标. 竞争策略. 广告效果等内容进行分析。	XX 企业广告策略分析报告. XX 产品视频广告。
	项目七 营销场景调查	1. 掌握商场类型与商场选址的顾客心理预期; 2. 理解招牌与建筑外观设计心理; 3. 掌握橱窗与购物场所环境设计的心理要求 4. 掌握商场内部装饰对消费心理的影响	1. 实地考察能力; 2. 归纳总结能力; 3. 文字撰写的能力; 4. 具备良好的团队精神; 5. 具备吃苦耐劳的意志	1. 培养遵纪守法. 诚实守信的品质 2. 具备经世济民. 坚持客户为本的职业意识和创新精神	分小组, 网络搜集先茶饮市场及知名茶饮品牌的资料和信息, 在你就读学校周围选择一家茶饮品牌门店现场调研, 拍摄制作该茶饮品牌及门店服务体验短视频。视频内容应包含该品牌的发展状况, 门店店容店貌, 产品及服务. 消费体验	XX 茶饮品牌及门店服务体验短视频

		5. 掌握商店商品陈列对消费心理的影响 6. 运用心理规律与方法进行商品陈列设计	品质		等内容。	
	项目八 新零售环境下 XX 企业营销沟通实践研究	1. 掌握影响顾客购买心理的因素; 2. 掌握商场顾客的特殊心理; 3. 掌握顾客应答和送往心理与策略; 4. 理解顾客选购心理; 5. 掌握顾客抱怨产生的原因和处理策略; 6. 掌握现场顾客的拒绝购买心理	1. 观察分析能力; 2. 知识运用能力; 3. 具备良好的团队精神	1. 培养诚实守信社会责任的职业素养 2. 具备家国情怀和职业品格	每小组选择一个国内外知名的创新型商业零售企业, 研究该企业近几年在互联网. 电子商务的影响下, 做了哪些经营策略的调整? 营业现场提供了哪些方法和手段与消费者开展良好的营销沟通? 效果如何?	新零售环境下 XX 商业零售企业营销沟通体验视频作品
	项目九 新媒体营销策划与分析	1. 掌握互联网与新媒体营销心理的内在联系; 2. 掌握新媒体营销的类型与特点; 3. 掌握在新媒体营销下的消费者行为特征; 4. 掌握新媒体营销心理效应机制的结构与机理; 5. 掌握各种新媒体平台的心理效应。	1. 网络化思维 2. 新媒体思维 3. 买家思维	1. 培养诚实守信社会责任的职业素养 2. 弘扬创新精神和工匠精神 3. 立足时代, 树立正确的价值观和审美观	在线搜集 3-5 例新媒体营销案例, 并运用所学知识进行简要分析; 选取一个营销项目 (可以是广义的), 设计新媒体营销方案, 包括营销目标. 消费者心理分析. 选择的新媒体平台与模式. 主要方法与内容等。	新媒体营销策划与分析报告

六. 课程实施计划

单元	周次	学时	项目（任务）	教学方法手段	教学场所
1	1	2	任务1 消费心理学认知	分组实践法 情景教学法 案例教学法 小组讨论法	多媒体教室
1	1	2	任务1 消费心理学认知	分组实践法 情景教学法 案例教学法 小组讨论法	多媒体教室
1	2	2	任务2 互联网+消费心理学	小组讨论法 情景教学法 案例教学法	多媒体教室
1	2	2	任务3 分析消费者个体心理	小组讨论法 分组实践法 情景教学法 实地考察法 分层教学法	多媒体教室
2	3	2	任务3 分析消费者个体心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
2	3	2	任务3 分析消费者个体心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
2	4	2	任务4 分析消费者个性心理	演示法 讨论法 讲授法 案例教学法	多媒体教室
2	4	2	任务4 分析消费者个性心理	演示法 讨论法 讲授法 案例教学法	多媒体教室
2	5	2	任务5 分析消费者群体心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
2	5	2	任务5 分析消费者群体心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
2	6	2	任务6 分析消费者购买过程心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
2	6	2	任务6 分析消费者购买过程心理	讨论法 案例法 分组实践法	多媒体教室

				情景教学法 实地考察法	
3	7	2	任务7 分析商品与消费者心理	讨论法 案例法 讨论法 讲授法	多媒体教室
3	7	2	任务7 分析商品与消费者心理	讨论法 案例法 讨论法 讲授法	多媒体教室
3	8	2	任务8 分析价格与消费者心理	演示法 讨论法 讲授法 案例教学法	多媒体教室
3	8	2	任务8 分析价格与消费者心理	演示法 讨论法 讲授法 案例教学法	多媒体教室
3	9	2	任务9 分析广告与消费者心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
3	9	2	任务9 分析广告与消费者心理	演示法 讨论法 讲授法 案例教学法	多媒体教室
4	10	2	任务10 分析店容店貌与消费者心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
4	10	2	任务10 分析店容店貌与消费者心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
4	11	2	任务11 分析内部设计与消费者心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
4	11	2	任务11 分析内部设计与消费者心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
5	12	2	任务12 分析营销沟通心理效应	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法 实地考察法	多媒体教室
5	12	2	任务12 分析营销沟通心理效应	案例法 分组实践法 情景教学法	多媒体教室

6	13	2	任务 13 分析网络营销与消费者心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法	多媒体教室
6	13	2	任务 13 分析网络营销与消费者心理	讨论法 案例法 分组实践法 情景教学法	多媒体教室
6	14	2	任务 14 分析新媒体营销与消费者心理	演示法 讨论法 讲授法 案例教学法	多媒体教室
6	14	2	任务 14 分析新媒体营销与消费者心理	演示法 讨论法 讲授法 案例教学法	多媒体教室

七. 课程考核

该课程依托信息化教学平台，围绕学生为中心，以企业真实项目为载体，基于就业的工作能力体系，构建全员达标和分类评价的过程性综合评价体系。整个评价过程有自我评价、师生评价、生生评价，形成了多元化的分类评价体系。

课程评价体系矩阵							
项目	评价指标	数据来源	评价标准	考核目标	数据记录	权重	考核主体
全员达标	线上平时成绩	由线上数据构成	线上视频学习30%	以正确的态度对待学习	课程线上平台记录	15%	教师考核
			线上互动讨论10%				
			课前自测成绩30%				
			课后自测成绩30%				
	课堂平时成绩	由课堂教学记录	出勤率、课堂纪律10%	积极参与课堂互动	线下课堂学习	15%	教师考核
			课堂讨论、抢答、发言20%				
			作品演示、答辩的流畅性30%				
	作业完成	线上线下的学习评价	线上作业完成质量50%	按时提交高质量作业	线上平台记录、线下课堂学习	10%	教师考核
			课内实践完成质量50%				
	分组活动	自评、互评、师评	小组成员分工合理20%	团队协作、沟通能力	线上线下分组活动记录	20%	小组互评组内互评
成员任务完成情况20%							
期末考试	闭卷考试	团队合作协调40%	知识与能力达到的水	线下记录	40%	教师考核	
		模块一 走进消费者心理 10分					
		模块二 分析消费者心理 20分					
			模块三 分析营销活动心理效				

		应 20 分	平			
		模块四 分析营销环境心理效应 20 分				
		模块五 分析营销沟通心理效应 20 分				
		模块六 分析网络与新媒体心理效应 10 分				

八. 课程实施条件

（一）师资队伍

本教学团队的专职教师 7 人，是市场营销专业、工商管理专业、电子商务专业骨干教师和核心课程主讲教师，具备深厚的专业知识，善于运用教育教学规律，兼职教师 5 人，是从日照大润发、青岛三利集团、鲁南制药集团等聘请的具有丰富实际工作经验的专家和企业管理人员。专兼职教师知识结构和年龄结构合理，师资配置优化；所有的专职教师都取得了职业资格证书，兼职教师均持有高级经济师的职业资格证书，是一支成熟的双师型队伍；本团队学历结构、职称结构合理，具有从事相关职业的资格的、可持续发展的专业教学团队。

（二）实践教学条件

根据市场营销专业人才培养方案和岗位职业能力要求，将本课程实践教学内容融入到专业实训中，采用了校内实训和校外实训相结合，基本技能实训+专业技能实训+综合能力实训+创新创业的实践教学方式。依托大型连锁企业大润发有限公司、日照日百集团、青岛三利集团、鲁南制药集团等省内知名企业进行新生岗位体验实训、商圈调研实训、商品陈列实训、促销策划实训，同时在实践教学设备与环境上创造条件，改革课程考核方法，量化对专业技能的测试等方面，建立了科学的管理制度保障实践教学的有效实施。



九. 课程资源

(一) 教材选用及编写情况

本课程选用的教材为高等教育出版社 2018 年 5 月出版由渤海大学教授单凤儒编写的《营销心理学》，该教材以理论知识和技能实训相融合为切入点，强化互联网思维，考察消费者行为新的变化，注重社会化营销趋势，重点研究交互式营销的心理效应，体现时代性、立体性和动态性，符合高等职业教育的特点和要求。

(二) 课程建设情况

该课程已完成了课程标准、整体设计、单元设计、案例库、课件等课程基本资源建设。下一步将完成教学视频的制作。

(三) 实训平台资源

十. 需要说明的其他问题

十一. 本课程常用术语中英文对照表