

单元/章节名称	6 新媒体与消费者心理分析				学时	4 课时
学期总课次		授课时间	第 周，星期 三、五第 3.4 节			
教学目标	掌握互联网与新媒体营销心理的内在联系； 掌握新媒体营销的类型与特点； 掌握在新媒体营销下的消费者行为特征； 掌握新媒体营销心理效应机制的结构与机 培养基于新媒体营销心理效应机制进行分析的能力； 训练基于心理效用运用新媒体开展营销的能力					
教学重点 及解决措施	基于心理效用运用新媒体开展营销的能力 以案例分析、课堂体验、阅读材料等形式提高教学效果					
教学难点 及解决措施	基于心理效用运用新媒体开展营销的能力 以案例分析、课堂体验、阅读材料等形式提高教学效果					
教学反思						
授课内容及教学活动设计						
教学步骤	教学内容		教学方法	教学手段	学生活动	时间分配
内容引入 (问题)	课堂小讨论—耐克借助社 会化媒体实现营销转型 1. 耐克为何要运用社会化 媒体实现转型？		讨论提示	情境引 入	学生思考	5 分钟
准备 (问题)	提问： 新媒体营销下消费者行为的 特点？各种新媒体平台的心理 效应		讨论 提示	展示	分析，提 问	10 分钟

告知 (教 学 内 容、 目的)	本节主要学习新媒体营 销与消费者行为、新媒体 营销心理效应机制、新每 一营销平台心理效应	讲授启发	演示课 件	学生思考	5 分钟
----------------------------	---	------	----------	------	------

项目引入 (任务项目)	能力训练任务: 1. 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。 2. 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。 3. 创造条件, 付诸实施。 【成果与检测】	展示、演示、任务驱动、启发	演示	思考讨论	5分钟
操练 (掌握初步或基本能力)	1. 对策划一定练习效果进行简单总结与汇报 总体方案: 教师逐步完善制作, 学生明确步骤进行模仿 第一步: 学生展示并分析搜集的资料 第二步: 教师对学生的展示进行总结并引出知识点, 学生边看边思考优秀的营销者应该具备的心理心理素质以及能够对自身的心理素质进行合理的分析 第三步: 写出自我分析报告	任务驱动行动导向	演示	考讨论学生模仿	30分钟
归纳 (知识和能力)	知识点1: 营销人员的类型及其形成 知识点 2: 营销人员的心理品质 能力 1: 分析营销人员的类型及其形成 能力2: 如何进行自我心理素质的提升	讲授	课件	学生思考进一步熟练操作方法	10分钟
深化与拓展训练 (巩固拓展检验)	拓展练习 -把对手扶起来 把对手扶起来的故事对你有何启发?	启发, 引导, 个别指导	成品演示	个人操作个别指导同学之间讨论	15分钟
总结	学到了什么, 重点要点, 注意事项	讲授或提问	课件	师生交互	5分钟
作业	告知学生下节课的主要内容是完成拓展练习项目, 课下进行素材的收集。	设计, 收集素	课件		5分

后记					
----	--	--	--	--	--