

任务 2.4 分析消费者购买过程...			
任务描述	试选择一家孕婴店，进行实地调研，并进行分析，写出调研报告。		
显示成果	调研报告		
教学准备	【学生知识能力准备】 1. 熟知市场调查与分析的相关准备 2. 具备实地考察和分析的能力		
	【教师教学素材准备】 1. 准备教学案例、企业案例、思政资源		
教学目标	知识技能目标	职业素养目标	情感态度目标
	1. 掌握消费者决策的内容和决策过程； 2. 掌握消费者购买行为类型及购买行为过程的心理分析 3. 能够正确发现、认识消费者的兴趣、需要和动机； 4. 能够正确运用消费者的购买决策和购买行为过程开展营销活动	1. 具备敏锐观察能力 2. 具备践行能力 3. 具备理论联系实际的能力	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
教学重点	正确运用消费者的购买决策和购买行为过程开展营销活动		
教学难点	正确运用消费者的购买决策和购买行为过程开展营销活动		
教法与学法	教学方法	案例法、分组实践法、讨论法	
	学习方法	实地观察法	
教学资源	知识点视频： 2.4.1 兴趣含义及特点； 2.4.2 兴趣在商品销售过程中的具体应用； 2.4.3 需要的含义及特征 2.4.4 需要的分类 2.4.5 马斯洛需求层理理论； 2.4.6 购买动机的含义； 2.4.7 消费者购买东西的类型； 2.4.8 消费者购买动机的可诱导性 2.4.9 消费者购买决策的内容； 2.4.10 消费者购买决策的类型； 2.4.11 消费者购买决策过程； 2.4.12 消费者购买行为的含义及特征； 2.4.13 消费者购买行为的类型； 2.4.14 消费者购买行为的心理活动过程	文本资源： 1. 教案 2. ppt 3. 任务工单 4. 学生实训记录单	
教学内容与过程			
教学环节	教学内容		
课前准备	【教师活动】 1. 编制并发放任务单 2. 提前发布课前自测 3. 查看并分析作业完成情况和课前自测反馈的问题		

	【学生活动】 1. 登陆平台领取任务单、明确任务 2. 登陆平台观看情景创设、查看学习资料 3. 登陆平台查看教学课件、单元设计等参考资料 4. 完成并提交课前自测	
课堂 教学	知识 回顾 (2')	消费者的群体心理特征
	任务 导入 (2')	憨豆先生的士力架广告传递了哪些广告信息？抓住了消费者的哪些消费需求？
	明确 任务 (1')	观看视频，分析消费者的需求
	任务 探求 1 (15') 消费者 需求理 论	【教师活动】 讲授：兴趣的含义 所谓兴趣，是一个人力求接触和认识某种事物的一种意识倾向。消费兴趣是指人们需要某一种商品的情绪倾向。 1. 兴趣有助于消费者为未来的购买活动作准备。 2. 兴趣能使消费者缩短决策过程，尽快作出购买决定并加以执行。 3. 兴趣可以刺激消费者对某种商品重复购买或长期使用。 【学生活动】 头脑风暴：兴趣在商品销售过程中的具体应用 1. 使用价值 2. 流行性 3. 安全性 4. 美观性 5. 教育性 6. 保健性 7. 耐久性 8. 经济性 教师讲解：1.2 消费群体-分类 【学生活动】 案例分析：电话手表抓住了消费者的哪些兴趣集中点？ 【教师活动】 教师讲授：消费者的需要 消费者需要是指消费者生理和心理上的匮乏状态，即感到缺少些什么，从而想获得它们的状态。 【学生活动】 头脑风暴： 近几年，餐饮外卖异常红火，但 2017 年全聚德烤鸭试水外卖服务却无果而终，你认为主要原因是什么？

		头脑风暴： 假如你是一位汽车公司的销售员，结合本案例马斯洛需求层次理论在家具销售中的应用，试问你将如何与顾客进行语言沟通？ 案例思考与应用：网约车存在安全问题，各网约车平台如何满足消费者的安全需求？
任务 探求 2 (30') 消费者的 购买动 机		【教师活动】 讲授：购买动机的含义 【学生活动】 头脑风暴：请观察你周围的熟悉的人是否购买了家庭轿车？其购买动机是什么？ 【教师活动】 讲授：（三）消费者购买动机的可诱导性 所谓诱导是指营销者针对消费者的购买动机，运用各种方法和手段，向消费者提供商品信息资料，对商品进行说明，使消费者购买动机得到强化，对该商品产生喜欢倾向，进而采取购买行为的过程。 【学生活动】 案例思考与应用：东太行景区关于玻璃栈道的“致歉信”，主要针对游客采用了哪种诱导方式？
任务 探求 3 (20') 消费者 购买决 策		【教师活动】 讲授：消费者购买决策 【学生活动】 在线讨论：【课程思政】 你认为同一生产企业应如何平衡第三方电商平台和实体门店渠道？未来的电商平台和实体门店将如何发展？ 【师生互动活动】 案例分析：近几年，朋友圈一次次被江小白的文案扎心，感动，试选择几款文案，对其进行分析 【教师活动】 教师讲授：消费者的购买行为

【学生活动活动】

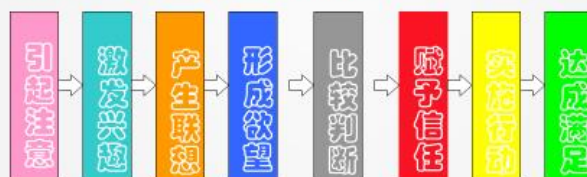
头脑风暴及应用：目前实体书店受到了网络书店的严重冲击，你认为实体书店是否还有存在的必要？为什么？

第三节 消费者的购买行为

※ (三) 根据消费者的购买目标划分

- ※ 1. 全确定型 2. 半确定型
- ※ 3. 不确定型

※ 四、消费者购买行为心理活动过程



【学生活动】

案例分析：不问题讨论：

(1) 六个核桃品牌推广的成功，主要抓住了消费者的哪些消费需求？

(2) 查阅资料，市场上还有哪些与六个核桃相类似的饮料品牌？这些产品如何进行了产品定位？



查

课后
拓展

【能力拓展】

案例分析

假设你的父母计划给你准备一套结婚用的婚房，请对你所在就读城市的房地产市场开展调查，根据你家庭的消费实际情况，选定一套满意的楼房。

请你对本次消费决策内容进行以下分析：

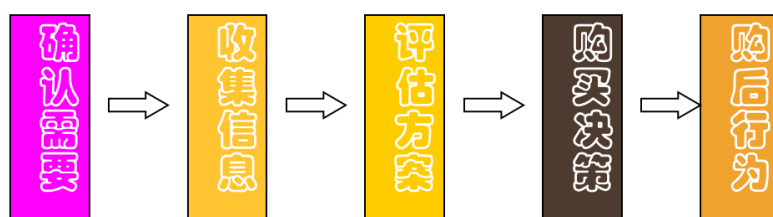
- (1) 房地产项目楼盘名称：
- (2) 该项目所处区域：
- (3) 选择该区域及该项目的主要原因：
- (4) 你通过哪些渠道获取了该项目信息：

- (5) 你所选择的楼层及户型结构情况：
- (6) 该房地产项目的单价： 面积： 总价款：
- (7) 你计划如何支付该笔房款：
- (8) 本次房地产消费中，还有哪些因素构成了本次购买决策？

课后自测



电子挂图：



消费者购买决策过程

预习任务与课后作业	1. 知识点预习：课前自测 2. 能力准备：查看实训任务指导书：2.4XX 房地产项目推介与客户购买决策分析			
考核评价	考评人	被考评人		
	考评地点			
	考评内容	实训任务 2.2 成功创业者的个性心理特征		
	考评标准	内容	分值	得分
		课前自测题成绩、课前讨论	15	
		课前观看视频、查找资料	15	
		课堂讨论、发言	15	
		作品质量、演示及答辩的流畅性	20	
		对其他小组提出改进意见的主动性、科学性	5	
		出勤情况及课堂纪律	5	
		课后自测成绩	10	

		团队协作的协调性	10	
		作品完善程度	5	
	合计		100	