

任务 4.2 分析内部设计与消费者心理			
任务描述	参观一家店铺，从色彩方面进行仔细考察，对卖场的氛围设计中色彩的运用、商品陈列的方法等进行点评，从色彩方面为营造卖场的销售氛围提出建议。		
显示成果	店铺色彩运用、商品陈列展示建议		
教学准备	【学生知识能力准备】 1. 《消费者心理学》中关于“消费者行为分析”的相关知识 2. 色彩基本知识的掌握 3. 卖场规划基本知识的掌握 4. 实地考察		
	【教师教学素材准备】 1. 多种店铺卖场氛围设计案例 2. 所调研卖场的关系协调 3. 多媒体教室和连接互联网电脑		
教学目标	知识能力目标	职业素质目标	情感态度目标
	1. 能够对不同商品的陈列状况进行分析 2. 掌握每类商品的陈列技巧 3. 学会欣赏每种陈列的美感	1. 分析问题、解决问题的能力 2. 信息处理的能力 3. 陈列欣赏的能力 4. 创新设计等方面的能力	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、科技强国、网络强国”的理解
教学重点	熟练运用商品陈列方法		
教学难点	熟练运用商品陈列方法		
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	视频资源： 4.2.1 营业场所的色彩设计心理 4.2.2 商场内部照明设计心理； 4.2.3 音响设计心理 4.2.4 微气候与营销心理； 4.2.5 POP 广告设计心理 4.2.6 商品陈列心理 4.2.7 商品陈列基本方法； 4.2.8 磁石点与商品陈列		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		教学方法
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		

	<p>3. 登陆平台查看教学课件、单元设计等参考资料</p> <p>4. 完成并提交课前自测</p>
<p>课堂教学</p>	<p>知识回顾 (3')</p> <p>1. . 4. 2 课后自测情况</p> <p>2. 课前自测情况分析</p>
	<p>情景导入 (5')</p> <p>【学习情境】 观看案例视频:</p> <p>1. 酒吧氛围;</p> <p>2. 咖啡厅氛围;</p> <p>3. 大卖场氛围</p> <p>思考: 这几个场景给了我们什么不同的感受? 为什么?</p>
	<p>明确任务 (2')</p> <p>参观一家与自创店铺类似的店, 从色彩方面进行仔细考察, 对店铺氛围设计中色彩的运用进行点评, 在色彩方面为营造卖场的销售氛围提出建议。</p>
	<p>任务探究 (20')</p> <p>知识点强化: 1. 色彩与心理感觉</p> <p>【教师活动】</p> <p>展示案例图片, 让同学们感受不同色彩带来的感觉。</p> <p>图 1:</p> <div data-bbox="518 958 1214 1346" data-label="Image"> </div> <p>图 2:</p> <div data-bbox="518 1406 1054 1895" data-label="Image"> </div> <p>图 3:</p>



图 4:



图 5:



图 6:



图 7:

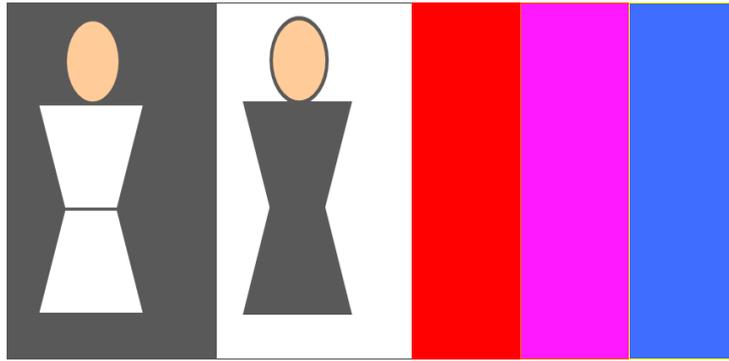
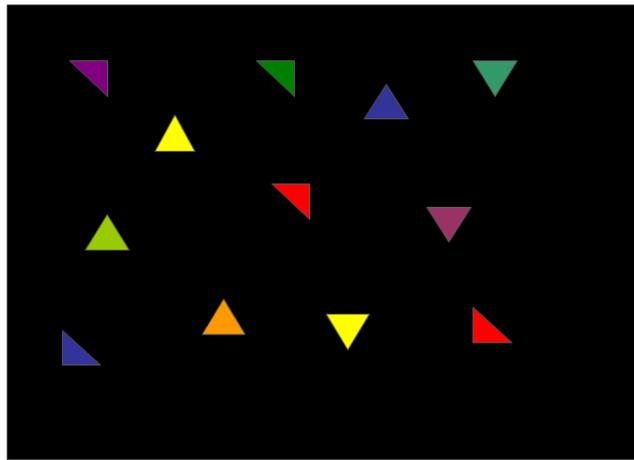


图 8:



【学生活动】

分组在线讨论：通过观察每组对比图片，分析图片所给自己的感觉??

【师生互动活动】

教师引导：学生归纳知识点

图 1. 色彩的明暗程度

在色彩里，黄色的明度最高，紫色的明度最低，红、绿色均属于中间明度。明度高的会给人一种轻松、明快的感觉；明度低的色彩则会令人产生沉稳、稳重的感觉，当然，有时候也有一种压抑的感觉。

图 2: 色彩的纯度

纯度也叫彩度，既鲜艳度，就是色彩的饱和度。纯度最高的色是红色，黄色纯度也较高，但绿色就不同了，它的纯度几乎才达到红色的一半左右。纯度高的色彩显得比较华丽，纯度低的色彩给人一种柔和、雅致的感觉。

图 3: 色彩的冷暖

红，橙，黄色系的都是暖色系，会给我们带来热闹，鲜艳，愉快，动感等印象。蓝，蓝绿等让人感觉冷的颜色叫冷色，这些颜色让人心绪稳定下来，同时会带给我们沉稳，冷峻，寒冷，凉爽，整齐的印象。黄绿，绿，紫等没有明显的暖寒感觉的色彩称为中间色彩。

图 4: 色彩的轻重

轻的色彩：明度越高越感觉到轻，会给人一种柔软，安静的感觉。

重的色彩：明度越低越感觉到重，会让人感觉硬，厚重。此外还有一些高级感。

	<p>图 5: 色彩的诱目性 冷色的诱目性较低, 如紫色, 蓝色, 绿等 暖色中的红, 黄, 橙色的诱目性高。 明度高的色彩, 诱目性高, 明度低的色彩, 诱目性低 色彩的对比手法, 也具有很强的诱目性</p> <p>图 6: 色彩的可识别性 可以发现容易看到的色彩和不容易在眼里看到的色彩, 这个叫做色彩的识别性。 色彩识别性的好坏, 与主体和背景的色相差、明度都有关系。想要识别性高, 这些差值就要大</p> <p>图 7: 膨胀色与收缩色 膨胀色: 暖色、明度高 收缩色: 冷色、明度低 无彩系中, 白色是膨胀的, 黑色是收缩的</p> <p>图 8: 前进色和后退色 色彩在视觉上引起远近的变化, 被称为前进色与后退色。 前进色: 暖色系、明度高 后退色: 冷色系、明度低</p> <p>知识点深化: 案例分析</p> <p>【教师活动】 课堂讨论: 该案例说明什么问题? 小案例: 20 世纪 80 年代, 美国营销学教授劳伦斯·雅各布斯进一步对灰、蓝、绿、红、黄、紫、棕、黑等 8 种颜色的商业含义在中国、美国、日本和韩国进行了调查和研究。研究发现, 有的颜色的商业含义在不同国家确实存在很大区别。其中差别较大的要数灰、紫、棕三色。灰色: 中国和日本的人们一般认为是廉价的, 不好的; 但在美国则是昂贵的、高质量的、可靠的。紫色: 在中国是昂贵的、可爱的; 在美国是廉价的。棕色: 在中国是美味的; 在美国、日本是廉价的。</p> <p>【学生活动】 学生思考、讨论并回答: 因为文化的不同, 人们对色彩的感觉是不同的, 我们在利用色彩时一定要了解目标顾客, 根据顾客特点和商品的特点进行色彩搭配。</p> <p>重难点解析: 利用色彩促进销售</p> <p>【教师活动】 课堂问题: 美国一家无人售货商店发现肉类的销售量下降了, 经过调查发现, 商店经营的内部和外部条件无任何变化, 唯一有变化的是商店在肉类柜台上新安了一扇蓝色的窗子。请问: 为什么蓝色的窗子会引起商品销售量的下降?</p> <p>【学生活动】 思考并回答: 因为蓝色会让肉的颜色看上去不新鲜。</p> <p>【教师活动】 发布在线讨论: 为了促进销售, 在我们的店铺中那些地方是我们应该摆放诱目性的颜色? 为什么?</p> <p>【学生活动】</p>
--	---

	<p>分组在线讨论，展示讨论结果</p> <p>【师生互动活动】</p> <p>教师引导：学生归纳重点</p> <p>展示学生讨论结果，并进行总结，用图片展示出诱目性色彩常用的地方：出入口、橱窗、抛台和卖场前场 1/3 处店内主要墙面</p> <p>原因：橱窗吸引顾客视线，出入口吸引顾客进入店铺、抛台吸引顾客购买高利润主打商品、卖场前 1/3 处店内主要墙面使用诱目性色彩是吸引顾客深入店铺内部。</p>
<p>任务实施 (15')</p>	<p>技能点训练：卖场色彩诊断？</p> <p>【教师活动】</p> <p>课堂小测试：对于狭长的店堂来说，应把两侧墙壁涂成（ ），里面的墙壁涂成（ ）。</p> <p>A、冷色、暖色 B、暖色、冷色 C、中色、暗色 D、明色、白色</p> <p>利用小测试活跃课堂气氛，理解色彩的运用。</p> <p>【教师活动】</p> <p>在线发布课堂作业：分析以下图片的色彩搭配，回答店铺用色要注意哪些问题？</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;"> <div style="text-align: center;">  <p>化妆品店的色彩搭配</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>理发店的色彩搭配</p> </div> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; margin-top: 20px;"> <div style="text-align: center;">  <p>儿童用品商店的色彩搭配</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>灯具店的色彩搭配</p> </div> </div> <p>【学生在线回答】</p> <p>教师引导学生思考并进行总结</p> <p>【师生互动活动】</p> <p>教师展示课堂作业，并进行点评和总结</p> <p>(1) 注意色彩的不同组合所表现的不同情感和气氛。如：为了表现“协调华丽”，可以用对比色组合，如红与白、黑与白、蓝与白等；</p>

		<p>为了表现“幽雅和稳重”，则可用同色不同深浅的颜色组合，如蓝紫色和浅蓝色、深茶色和浅褐色、绿色与浅白绿队黄褐色与浅驼色等；为了突出商品使人更加注意，可以在暗淡的背景上配以明快的色调；为了取得良好的衬托效果，可以在中间色的背景上摆放冷色或暖色的商品等等。</p> <p>(2) 店铺经营者应根据营业场所的空间情况选择装饰用色。如：对于狭长的店堂来说，把两侧墙壁涂成冷色（变宽），里面的墙壁涂成暖色（变短），就能给人以店堂宽敞的印象。相反，对于短宽的店堂来说，把两侧墙壁涂成暖色（变窄），把里面的墙壁涂成冷色（变长），能给人以店堂变大的印象。</p> <p>(3) 根据商店经营商品的不同，选择不同装饰用色的色彩组合。根据主营商品的色彩考虑商店色彩的调配，既突出商品形象又显得商品格外美观，可以加强色彩的吸引力，刺激购买欲望。</p> <p>如：高级女士服装店，商品主色可选用茶色，第1副色可选用白色，第2副色和地板可选用深蓝色，天花板和墙壁可选用白色，用具可选用茶色，照明器具可选用黑色，以显示商店的欧式风格。</p> <p>(4) 经营者应根据不同的季节与地区气候调配商店的装饰色彩。</p> <p>一是按季节调配商店的色彩</p> <p>二是根据不同地区的气候特点调配商店的颜色：处于寒冷气候地区，可将商店内部色彩调深一些；处于炎热气候地区，可将商店内部色彩调淡一些。</p> <p>(5) 经营者应根据顾客的性别、年龄、文化与色彩偏好来决定商店装饰用色。一般说来，文化水平较低或经济不发达的地区的顾客偏爱比较鲜艳的原色，尤其是纯色，配色也多为强烈的对比色调；经济发达或文化教育水平较高的国家或地区的顾客则对比较富丽、柔和的色调和浅淡的中间色有较高的兴趣与欣赏力。当然这也不是绝对的，因为人们的习惯偏好是由多种因素综合作用的。</p> <p>(6) 经营者在决定商店用色时还需考虑其他的相关因素。如：商店外界环境事物的色彩，商店内部灯光，广告牌等设施的色调，都是商店营业场所装饰色彩调配要考虑的因素。</p>		
课后拓展		<ol style="list-style-type: none"> 1. 学生修改作业并提交 2. 查看课堂教学视频 3. 查看多元评价并反思 4. 领取下节课任务单 5. 完成课后自测 		
预习任务与课后作业		<ol style="list-style-type: none"> 1. 知识点预习：课前自测 2. 能力准备：参观一家百货商场、一家超市，要求学生从照明、音乐、气味、通风、温度、湿度等方面进行仔细观察，比较这两者的差异，对这两家卖场的氛围设计进行点评，并能提出改进建议。 		
考核评价				
	考评人		被考评人	
	考评地点			
	考评内容	店铺色彩运用、商品陈列展示建议		
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	