上海建桥学院课程教学进度计划表

**，一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2030499 | 课程名称 | 广告消费行为学 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 周曦 | 教师邮箱 | 17108@gench.com |
| 上课班级 | 网媒17 | 上课教室 | 一教319 |
| 答疑时间 | 时间 : 周四中午11：:40—13:00 地点:闻传216室 电话：18917591979 | | |
| 主要教材 | 自编讲义。 | | |
| 参考资料 | 《冲突》，叶茂中，机械工业出版社等 | | |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 绪论 销售情商 | 边讲边练 | 延伸阅读：所罗门的《消费者行为学》（第12版） |
| 2 | 了解消费者 | 边讲边练 | 思考题 |
| 3 | 消费者知觉 | 理论 | 复习题 |
| 4 | 新媒体环境下的消费者 | 理论、讨论课 | 延伸阅读：阿福先生《顾客在想什么》 |
| 5 | 消费者学习与记忆 | 理论 | 思考题 |
| 6 | 消费者动机与价值观 | 理论 | 完成一个小设计方案 |
| 7 | 消费者的自我与行为方式 | 理论 | 思考题 |
| 8 | 消费者的态度与转变 | 理论 | 思考题 |
| 9 | \*\*产品消费者调查 | 理论 | 分组准备 |
| 10 | 购买与处置 | 理论 | 分组完成x1的作业 |
| 11 | 消费者与亚文化 | 理论 |  |
| 12 | 打动消费者的常用技巧 | 理论 |  |
| 13 | \*\*产品消费者营销方案的提案1 | 理论、讨论课 | 分组完成x3的作业 |
| 14 | \*\*产品消费者营销方案的提案2 | 理论、讨论课 | 复习整个学期课程，迎接口头问答考核 |
| 15 | 期末回顾 |  |  |

**三、评价方式以及在总评成绩中的比例（要向学生说明）**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（3X） | 评价方式 | 占比 |
|  | 大作业考核：网络\*\*产品消费者分析报告 | 50% |
| X2 |  | 20% |
| X3 | 针对网络\*\*产品消费者报告的广告提案 | 30% |
|  |  |  |

任课教师：周曦 系主任审核： 日期：2019年9月1日