

《市场营销》课程教学单元设计

项目三 购买者行为分析

课题名称	单元5 消费者购买行为分析	授课时数	90 分钟
授课班级	网络营销 2001	授课时间	2020-2021 (1)
授课地点	多媒体教室	授课形式	讲授+智能课堂互动, 线上线下混合式教学
教学资源	参考教材	《市场营销》	
	专业教学标准	2020 年黄河水利职业技术学院网络营销专业学分制教学计划	
	职业技能标准	助理经济师职业等级标准	
	校本补充材料	《市场营销》 课程标准	
其他资源	媒体资源	智能课堂 APP (http://iclass.vrceti.edu.cn)、蓝墨云班课 APP	
	环境资源	商务仿真实训室、京东校园超市	
教学目标	知识目标	掌握消费者市场的概念与特点 了解消费者购买行为模式,明确有哪些因素影响消费者的购买行为,它们是怎样影响的 掌握消费者购买决策的过程,明确各个阶段应采取哪些营销对策	
	技能目标	能够对消费市场做出需求特征分析 能够对消费者购买行为作出判断 能够针对消费市场特点提出营销策略	
	课程思政 教学目标	德法兼修、诚信经营、企业家精神,遵守法律法规和职业道德; 工匠精神,爱岗敬业、踏实肯干和艰苦奋斗的职业素养; 减少提前透支,过度消费,树立合理消费观; 自立自强,坚强意志,良好的心理素质。	
教学重点	消费者市场的概念与特点 消费者购买决策的过程		
教学难点	消费者购买决策的过程		
学情分析	本班是统招生源,学风良好,但是学生过于安静,课堂上要加强课堂互动,增强学习效果。		
教学 总体 设计	以头脑风暴讨论导入展开知识点的学习,结合在线资源与网络活动参与,加深课堂知识的理解,并布置课下模拟练习,巩固相关技能点。		
课外拓展	为了巩固学习成果,提升综合素养,安排课后训练,并在线提交作业,进一步提升专业技能。		

教学环节 (时间安排)	教学内容	教学活动		技术资源	教学随记 (教学过程中记录)
		教师	学生		
课前准备	提前 2-3 天发布教学任务, 要求学习教学内容对应的课程在线资源。	布置教学任务	学生登录平台, 学习资源	智能课堂 APP	
课堂 教学	(一) 复习上节课的内容 [10 分钟]	讲授课程基本信息、课程目标、课程框架等	学生听讲	多媒体 + 智能课堂 APP 多媒体课件演示	
课堂 教学	(二) 情境创设 [20 分钟] 头脑风暴: 请同学们思考: 1. 请分析 90 后大学生消费购买行为 2. 请分析 90 后大学生消费心理特点	导入案例讲授相关知识, 带领学生参与课程互动	学生参与课堂互动	多媒体 + 智能课堂 APP 多媒体课件演示 板书提示	
课堂 教学	(三) 知识学习 [60 分钟] 一、消费者市场的概念与特点 二、消费者市场的分类 (案例: 粉丝经济与口红一哥李佳琦的成功) 三、消费者购买行为方式 (案例: 月光族, 花呗借呗, 网络贷款; 我是江小白, 生活很简单) 四、影响消费者购买行为的因素 五、消费者购买行为类型 六、消费者购买决策过程	案例导入法, 理论联系实际, 讲授法, 启发式教学	学生听讲, 课堂讨论、完成习题。	案例, 视频, 多媒体教学课件演示; 板书提示。	励志、工匠精神, 敬业精神 树立正确消费观念, 杜绝过度消费
课堂 教学	(三) 总结拓展 [5 分钟] 强调课程重点: 消费者购买决策过程, 预习下一节课	布置课后任务	学生听讲, 记录任务, 课后利用平台提交成果	多媒体 + 智能课堂 APP	
诊断改进	贯彻“学生中心”理念, 针对课堂活动反馈的问题及时讲授, 巩固教学成果。				