

《消费心理与消费行为》教学实验大纲

修订日期：2016年 2 月

课程名称	消费心理与消费行为
课程代码	0501419
面向专业	电子商务
课程类别	专业选修
任课教师	王楠
前导课程	无
总学时	36
实验学时	12
学分	2 学分
实验项目个数	4 个

一、本课程实验教学的目的

本课程的实验教学目的是要求学生掌握消费者心理学领域的相关理论以及运用理论解释研究问题和提出研究模型。

二、本课程实验教学应达到的基本要求

本课程实验教学的基本要求主要分为两部分。第一，能够检索并评价消费者行为学领域的文章。第二，学生能够提出有趣的研究问题以及能够搜索出适合的理论解释提出的研究问题。

三、学生应掌握的实验技术及基本技能

学生应掌握文献搜索能力、分析学术文献的能力，提出研究问题、分析研究问题、搜索相关理论解释研究问题以及进行模型构建的能力。

四、实验项目的设置与选定原则

实验项目的设置与选定原则如下：

第一，重点性原则。掌握消费者心理学的相关理论以及提出问题、解决问

题的能力是该课程重点需要掌握的知识点。

第二，教学内容与教学环境相匹配的原则。熟练的掌握相关理论以及提出研究问题、解决研究问题需要借助实验室的硬件条件和软件条件进行文献搜索、信息搜索、以及模型构建等。实验室的环境与该教学内容更为匹配。

五、需要的实验教学条件

Office 2007、IE 浏览器、

六、实验报告与考核

1、实验报告要求：需围绕布置的实验作业要求和撰写框架提交实验报告。实验课程结束后需提交实验报告。

2、考核内容：首先考核学生实验作业的整体完成情况。其次考核学生对实验作业的汇报情况，以及学生在小组作业中的贡献情况。

3、考核方式与评分标准：实验成绩分为两个主要部分考核。第一部分，文献搜索和文献评价部分占 30%。第二部分，提出问题和构建模型部分占 70%。实验成绩占总成绩的 45%。最终成绩将根据实验作业的完成质量以及小组汇报来综合打分。

七、实验项目设置、内容提要及学时分配

实验项目编号	实验项目名称	实验内容及要求	实验性质	实验学时
1	文献搜索和文献总结	1. 搜索至少 1 篇关于消费者心理学领域的论文，描述在该文章中：1) 文章描述：期刊、年份、作者、引用数量； 2) 该文章中的研究问题是什么？ 3) 该文章中使用的理论是什么？ 4) 文章中的理论如何解释研究问题，主要结论？ 5) 文章中基于研究问题的解释合理吗，有没有可以改	基础性	3

		进的地方。		
2	确定研究问题	<ol style="list-style-type: none"> 1. 确定研究问题； 2. 描述出研究问题的背景和意义； 	创新性	3
3	研究问题分析与模型构建	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析研究问题； 2. 构建模型； 	设计性	3
4	研究问题以及模型汇报	<ol style="list-style-type: none"> 1. 以小组的形式进行汇报。 2. 与其他小组、老师进行讨论完善模型。 	综合性	3
5				
6				
7				
8				