

课程教学进度计划表

一、基本信息

课程名称	旅游消费者行为学				
课程代码	2060591	课程序号	3698	课程学分/学时	2/32
授课教师	王妍妍	教师工号	17011	专/兼职	专职
上课班级	旅游管理 B22-1 班 /专升本	班级人数	30 人	上课教室	二教 403
答疑安排	周二 10:00-17:00				
课程号/课程网站	90552581 / 超星学习通				
选用教材	【《现代旅游消费者行为学》】 陈钢华 孙九霞 编著 ISBN 978-7-306-06782-1 中山大学出版社 2019 年 12 月 第 1 版 2021 年 7 月第二次印刷				
参考教材与资料	<ol style="list-style-type: none"> 1. 消费者行为学 英文版·第 13 版 (美)迈克尔·所罗门 2024-07-01 清华大学出版社 ISBN: 9787302662860 2. 消费者行为学(原书第 13 版) 2018 年 04 月 (美)戴维 L. 马瑟斯博 (David L. Mothersbaugh), (美)德尔 机械工业出版社 ISBN: 9787111594444 3. 消费心理学教程(第七版)徐萍 上海财经大学出版社 2024-02-01 ISBN: 9787564242848 4. 消费心理学:无所不在的时尚(第 2 版)(心理学译丛) 迈克尔·R·所罗门 南希·J·拉博尔特 2014-01-01 中国人民大学出版社 ISBN: 9787300180106 				

二、课程教学进度安排

课次	课时	教学内容	教学方式	作业
1	2	<ol style="list-style-type: none"> 1.1 理解消费、消费者及消费者行为的概念 1.2 掌握旅游消费、旅游消费者及旅游消费行为的概念 	讲解、讨论、边讲边练等	预习三四节的内容; 复习旅游消费及旅游着消费的概念的区别

2	2	1.3 了解旅游消费者行为研究的历史与现状 1.4 掌握旅游消费者行为研究的基础理论与主要方法	讲解、播放视频、讨论等形式	预习第二章节的内容 复习旅游市场营销课程学过的旅游消费行为的章节内容
3	2	2.1 旅游者感知概述 2.2 旅游者对目的地的感知 2.3 旅游者对距离的感知 2.4 旅游者对风险的感知	讲解、讨论等形式	复习旅游者感知偏差的含义与行程过程 复习旅游者目的地形象感知、目的地要素感知、距离感知、旅游风险感知的内涵
4	2	3.1 旅游需要； 3.2 旅游动机的产生； 3.3 旅游动机理论及其应用； 3.4 旅游动机的影响因素。	播放视频、讨论等	理解旅游动机的经典理论； 了解旅游动机产生的条件与影响因素； 案例分析旅游动机在旅游市场营销中的应用
5	2	4.1 态度概述 4.2 旅游者态度 4.3 旅游者情绪与情感 4.4 旅游者情绪情感研究的新方向	讲解、讨论等	通过案例分析掌握旅游者态度的定义、类型、形成及改变；掌握旅游者的情绪情感类型和情绪情感体验
6	2	5.1 旅游信息搜索行为 5.2 旅游产品的购买决策过程模型	课堂情境演示、播放视频、	掌握旅游产品决策购买的相关概念和知识；案例分析理解旅游产品的购买过程模型并学会反思与改进
7	2	6.1 旅游者社会交往的相关概念 6.2 旅游中的主客交往 6.3 旅游者之间的社会交往	讲解、讨论等	理解旅游中社会交往行为的相关理论 掌握居民与游客视角下的主客交往理论
8	2	7.1 顾客满意度 7.2 旅游者满意度的构成与特征	课堂情境演示、播放视频、	了解顾客满意度的理论及模型；掌握旅游者满意度的概念、特点和影响因素
9	2	7.3 旅游者满意度测量模型 7.4 旅游者满意度指数 7.5 旅游者满意度的前因与后果	讲解、讨论等	通过案例分析掌握旅游者满意度的测量方法；理解旅游者满意度的影响

10	2	顾客忠诚度概述 8.2 旅游忠诚度的内涵 8.3 旅游忠诚度的测量	讲解、播放视频， 讨论等	掌握旅游者忠诚度的概念内涵和操作化定义；案例分析掌握旅游者忠诚度的测量；
11	2	8.4 旅游忠诚度的影响因素 8.5 旅游这种程度的驱动机制	课堂情境演示、播放视频、	案例应用理解旅游这种程度的影响因素和驱动机制；案例：旅游者忠诚度的培育。
12	2	9.1 旅游体验概述 9.2 旅游体验对旅游者的影响	讲解、讨论等	案例分析旅游体验对旅游者生活质量、幸福感的影响；案例分析旅游体验对旅游者人际关系的影响
13	2	10.1 市场细分理论概述 10.2 旅游市场细分的指标 10.3 旅游细分市场的类型与需求特点	课堂情境演示、播放视频、	案例分析市场细分的指标与方法；了解当前旅游领域内市场细分研究的最新进展
14	2	11.1 跨文化旅游者行为研究的主要取向 11.2 霍夫斯塔德的文化维度理论 11.3 霍夫斯塔德的文化维度理论在旅游研究中的应用	讲解、讨论、边讲边练等	案例分析及应用旅游中间商的选择；旅游市场营销渠道的选择与管理
15	2	案例讨论与分析；小组汇报	课堂情境演示、播放视频、讨论	复习全课程内容
16	2	期末课程归纳与总结	讲解、讨论等	期末复习备考

三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
1	60%	期终开卷考试
X1	20%	超星平台学习成绩综合（章节学习、课内外作业、学习报告、课堂测试、热点讨论、课堂练习等）
X2	10%	课堂实践及互动与讨论等课堂展示
X3	20%	小组学习汇报

任课教师：

系主任审核：

日期：2025年2月15日