旅游消费者行为学本科课程教学大纲

编制人：王奇

审定人：郑春霞

开课部门：商学院

编制时间：2019年6月30日

一、课程基本信息

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 课程名称 | 中文 | 旅游消费者行为学 |
| 英文 | Tourism Consumer Marketing |
| 课程代码 | 18166040300 | 课程性质 | 专业必修课 |
| 课程学分 | 3 | 课程学时 | 48 |
| 适用专业 | 旅游管理 | 课程组负责人 | 王奇 |
| 课程组成员 | 王奇 |
| 先修课程 | 管理学、旅游学概论 |
| 选用教材 | 李志飞.旅游消费者行为学.武汉：华中科技大学出版社，2018. |
| 参考书目 | 1.（美）迈克尔.R.所罗门 卢泰宏 杨晓燕译，消费者行为学(第10版)，中国人民大学出版社，2015年。2.符国群.消费者行为学（第2版）.北京：高等教育出版社， 2010。3.卢泰宏.消费者行为学—中国消费者透视.北京：中国人民大学出版社，2015。4.李东进.消费者行为学（第3版）.北京：机械工业出版社，2008。 |
| 推荐教材 | 李志飞.旅游消费者行为学.武汉：华中科技大学出版社，2018. |

二、课程目标

**（一）课程具体目标**

|  |  |
| --- | --- |
|  **序 号** | **课程具体目标** |
| 课程目标1 | 掌握旅游消费者行为学的基本理论、动机、感知、学习、态度、个性、社会群体、文化因素和营销组合、旅游决策、购后行为等基本内容和方法 |
| 课程目标2 | 具备将旅游消费者行为基本原理和方法应用于实践的能力 |
| 课程目标3 | 具有旅游消费者行为研究的创新意识和道德准则，践行社会主义核心价值观 |
| 课程目标4 | 了解旅游消费者行为学前沿理论和实践，形成旅游消费者行为学科思维 |

**（二）课程目标与毕业要求的关系**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **课程目标** | **支撑的毕业要求** | **支撑的毕业要求指标点** |
| 课程目标1 | 毕业要求1:整体素质要求 | 1.2拥有良好的专业素养、团队协作精神、时代意识和国际视野1.3具备一定的人文关怀、科学探索精神和审美情趣 |
| 毕业要求2:知识结构要求 | 2.2熟练掌握管理学、经济学、市场营销、财务管理、旅游学概论、旅游目的地管理、旅游消费者行为等必要的旅游管理类专业理论知识与方法 |
| 课程目标2 | 毕业要求3:能力结构要求 | 3.1具备获取和更新旅游管理相关知识的自我学习能力3.2具备将所学专业知识应用于实践的基本技能 |
| 课程目标3 | 毕业要求1：整体素质要求 | 1.1具备正确的世界观、人生观和价值观1.4具备职业认同感、职业责任感和良好的职业素养 |
| 毕业要求4：创新创业能力要求 | 4.1具备创新创业所需的探索精神、创新意识4.4具备搜集、获取创新创业要素的能力 |
| 课程目标4 | 毕业要求2：知识结构要求 | 2.4了解本学科理论前沿、发展动态及相关法律法规和国际惯例 |

三、课程教学要求与重难点

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学要求** | **教学重点** | **教学难点** |
| 1 | 第一章 旅游消费者行为学的基本问题 | 1. 理解旅游产品、旅游消费、旅游消费者和旅游消费者行为的概念2. 掌握旅游消费者行为学的研究对象与内容3. 了解旅游消费者行为的理论来源和研究方法4. 了解旅游消费者行为学的发展历史 | 旅游消费者行为的基本概念、内容、理论来源与方法；旅游消费者行为学的研究意义。 | 旅游消费者的研究对象范围划定、分类；怎样将心理学的内容与旅游消费者行为联系起来。 |
| 2 | 第二章 旅游消费者行为学的基本理论 | 1. 了解旅游购买行为理论。2. 了解旅游消费者行为模式。3. 了解有限理性理论。4. 了解旅游者二元行为理论、环城游憩行为理论等旅游消费者行为学的基本理论。 | 旅游消费者行为学的基础理论。 | 将旅游消费者行为学的基础理论运用于实践中。 |
| 3 | 第三章 动机与旅游消费者行为 | 1. 了解需要的概念与分类，以及动机的概念、功能和种类。2. 理解需要与动机的关系。3. 掌握旅游需要的概念，理解旅游需要的单一性与复杂性之间的关系。4. 掌握旅游动机的内涵、特征和产生条件。6.了解旅游动机的经典理论。 | 旅游动机的内涵、特征和产生条件  | 旅游动机与需要的关系理解  |
| 4 | 第四章 感知与旅游消费者行为 | 1. 掌握感觉、知觉、感知等心理学概念、种类和特性。2. 理解感觉与知觉之间的关系。3. 了解影响旅游消费者感知的客观和主观因素。4. 了解旅游消费者对各种旅游条件的感知。  | 旅游感知的影响因素与过程形成 | 感知作用于旅游消费者行为的过程与机理  |
| 5 | 第五章 学习与旅游消费者行为  | 1. 了解学习的含义和特征2. 了解学习理论及应用3. 了解旅游消费者学习的主要内容4. 了解旅游消费者学习的主要途径 | 学习的概念，特征，经典理论 | 旅游消费者的学习行为特征 |
| 6 | 第六章 态度与旅游消费者行为 | 1. 掌握态度的概念、构成、特性、功能和作用2. 了解态度与行为的关系，理解态度旅游消费者行为的影响3. 理解态度与旅游偏好、旅游决策的关系4.了解旅游消费者态度的形成与改变的相关理论、影响因素  | 旅游消费者的态度改变的途径 | 旅游消费偏好与旅游消费决策的关系 |
| 7 | 第七章 个性与旅游消费者行为 | 1. 掌握个性的内涵、特征以及影响个性形成和发展的因素。2. 了解个性的经典理论。3. 理解个性特质、个性类型、自我概念和生活方式等与旅游行为之间的关系。4.理解个性结构与旅游行为之间的关系。  | 不同个性的旅游者在旅游过程中的行为表现 | 针对不同个性的旅游者，怎样提供与之相应的旅游服务 |
| 8 | 第八章 社会群体与旅游消费者行为 | 1.了解社会群体的概念、特征、类型以及与旅游消费者密切相关的社会群体。2.掌握参照群体的概念、影响方式。3.了解参照群体对旅游消费者行为的影响和在旅游营销中的应用。4.了解家庭对消费者行为的影响，并熟悉在家庭生命周期的每个阶段，旅游消费者行为所呈现的特征。5.了解家庭成员角色、家庭旅游决策方式。6.了解家庭旅游决策的影响 | 参照群体如何影响旅游消费者行为 | 不同的社会阶层对旅游消费者影响的差异性  |
| 9 | 第九章 文化因素与旅游消费者行为 | 1.掌握文化的概念与特征、亚文化的概念与类型2.掌握文化价值观的概念，了解文化价值的三种形式3.熟悉中国传统文化的基本精神4.了解中国传统文化对旅游消费者行为的影响5.熟悉中国旅游消费者的面子结构和面子文化在旅游消费行为中的表现6.了解面子文化对旅游消费行为的影响 | 文化差异带来的旅游消费者行为差异 | 文化与旅游的耦合关系 |
| 10 | 第十章 营销组合与旅游消费者行为 | 1.熟悉旅游产品的生命周期策略、新产品策略及品牌策略2.了解旅游消费者的价格心理与对价格的诉求3.熟悉旅游产品的价格策略4.掌握旅游销售渠道的概念与类型5.了解影响旅游销售渠道选择的主要因素、及旅游零售商对旅游消费者行为的影响6.熟悉旅游销售渠道策略7.掌握旅游促销与旅游促销组合的概念8.了解旅游促销的作用9.熟悉旅游促销的策略 | 4P 策略与旅游消费者行为  | 旅游产品的营销策略，旅游促销的策略  |
| 11 | 第十一章 旅游决策 | 1.掌握旅游决策的概念和内容。2.理解旅游决策的过程和特点，并了解影响旅游决策的因素。3.掌握旅游目的地的概念，了解国内外具有代表性的旅游目的地选择模型。 | 旅游决策的影响因素以及决策过程  | 旅游目的地选择模型  |
| 12 | 第十二章 旅游体验  | 1.掌握旅游体验的概念、类型、特征、塑造原则和实现路径2.理解旅游体验质量的内涵，了解旅游体验质量的影响因素和测量方法3.理解旅游体验真实性的内涵，认识旅游体验的真实性问题4.掌握旅游体验营销的内涵、特点和模式，熟悉旅游体验营销的实施策略 | 旅游体验质量的实现途径 | 旅游体验质量的测量 |
| 13 | 第十三章 旅游消费者的购后行为 | 1.掌握旅游消费者满意的概念和特点。2.了解顾客满意度的模型、旅游消费者满意度的影响因素、旅游消费者满意度的测评方法。3.理解满意度对于旅游消费者行为的影响，即满意度与游客忠诚，游客抱怨或投诉的关系。4.掌握旅游消费者忠诚度的内涵和测定，了解旅游消费者忠诚度的分类。5.了解旅游消费者忠诚度的影响因素，并理解忠诚度对旅游消费者行为的影响。6.掌握旅游抱怨的含义，了解旅游消费者抱怨的行为反应。7.理解旅游消费者抱怨产生的原因 | 旅游消费者满意度；旅游消费者忠诚度  | 旅游消费者满意度测量；旅游消费者忠诚度测量；抱怨与满意度，忠诚度之间的关系 |
| 14 | 第十四章 旅游消费者行为比较 | 1.了解跨年龄旅游消费者行为的差异。2.了解跨性别旅游消费者行为的差异。3.了解跨文化旅游消费者行为的差异 | 不同年龄，性别，文化的旅游消费者行为差异表现 | 文化距离对旅游者的旅游决策行为的影响 |

四、课程教学内容、教学方式、学时分配及对课程目标的支撑情况

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程内容框架** | **教学内容** | **教学方式** | **学时** | **支撑的****课程目标** |
| 1 | 第一章 旅游消费者行为学的基本问题 | 第一节 旅游消费者行为学的研究对象与内容 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第二节 旅游消费者学的理论来源和研究方法 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第三节 旅游消费行为学的发展历史 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、3 |
| 2 | 第二章 旅游消费者行为学的基本理论 | 第一节 旅游购买行为理论 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 第二节 旅游消费者行为模式 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 第三节 有限理性理论 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、4 |
| 第四节 旅游者二元行为理论 | 讲授、课堂讨论 | 0.5 | 课程目标1、4 |
| 第五节 环城游憩行为理论 | 讲授、课堂讨论 | 0.5 | 课程目标1、4 |
| 3 | 第三章 动机与旅游消费者行为 | 第一节 需要与动机 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 旅游需要与动机 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 旅游消费者动机的经典理论 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、4 |
| 4 | 第四章 感知与旅游消费者行为 | 第一节 感知过程 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 旅游感知的影响因素 | 讲授 | 2 | 课程目标1、2 |
| 第三节 旅游者对旅游条件的感知 | 讲授 | 1 | 课程目标1、2 |
| 5 | 第五章 学习与旅游消费者行为  | 第一节 学习的概述 | 讲授 | 2 | 课程目标1、2 |
| 第二节 旅游消费者学习的内容与途径 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 6 | 第六章 态度与旅游消费者行为 | 第一节 旅游消费者态度的概述 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 旅游消费者态度与旅游行为 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1 |
| 第三节 旅游消费者态度的形成与改变 | 讲授、课堂讨论 | 2 | 课程目标1、2、3 |
| 7 | 第七章 个性与旅游消费者行为 | 第一节 个性的形成 | 讲授 | 0.5 | 课程目标1、2 |
| 第二节 个性特征与旅游消费者行为 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1、2、4 |
| 第三节 个性结构与旅游消费者行为 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第四节 旅游消费者个性测量和实践运用 | 讲授、课堂讨论 | 0.5 | 课程目标1、3 |
| 8 | 第八章 社会群体与旅游消费者行为 | 第一节 社会群体概述 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 0.5 | 课程目标1 |
| 第二节 参照群体与旅游消费者行为 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 0.5 | 课程目标1、2 |
| 第三节 家庭与旅游消费者行为 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第四节 社会阶层与旅游消费者行为 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 9 | 第九章 文化因素与旅游消费者行为 | 第一节 文化概述 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 文化差异与价值观 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 第三节 中国传统文化与旅游消费者行为 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 10 | 第十章 营销组合与旅游消费者行为 | 第一节 产品与旅游消费者行为 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 价格与旅游消费者行为 | 讲授、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 渠道与旅游消费者行为 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第四节 促销与旅游消费者行为 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 11 | 第十一章 旅游决策 | 第一节 旅游决策概述 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 旅游消费者对目的地的选择 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1、2、3 |
| 12 | 第十二章 旅游体验  | 第一节旅游体验概述 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 旅游体验的质量与真实性 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 旅游体验营销 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 1 | 课程目标1、2 |
| 13 | 第十三章 旅游消费者的购后行为 | 第一节 旅游消费者满意度 | 讲授 | 1 | 课程目标1 |
| 第二节 旅游消费者忠诚度 | 讲授、课堂讨论、案例分析 | 2 | 课程目标1、2、3 |
| 第三节 旅游消费者的抱怨 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1 |
| 14 | 第十四章 旅游消费者行为比较 | 第一节 旅游消费者跨年龄比较 | 讲授、课堂讨论 | 1 | 课程目标1、2、3 |
| 第二节 旅游消费者跨性别比较 | 讲授、课堂讨论 | 0.5 | 课程目标1 |
| 第三节 旅游消费者跨文化比较 | 讲授、课堂讨论 | 0.5 | 课程目标1 |

五、课程目标与考核内容

|  |  |
| --- | --- |
| **课程目标** | **考核内容** |
| 课程目标1 | 有关旅游消费者行为学理论知识和方法的理解和掌握情况 |
| 课程目标2 | 应用旅游消费者行为学理论知识和方法解决旅游问题的能力 |
| 课程目标3 | 解决旅游消费行为问题时具有创新性思维 |
| 课程目标4 | 有关旅游消费行为学前沿问题及相关实践的了解情况 |

六、考核方式与评价细则

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **考核方式** | **比例** | **考核/评价细则** |
| 课堂表现 | 15% | 考勤记录和课堂表现情况加分、扣分记录 |
| 平时作业 | 15% | 教师批改的课程作业 |
| 期末考试 | 70% | 笔试，包含选择、名词解释、判断、简答、案例分析等题型，考核基本知识的掌握和运用情况 |