

上海建桥学院课程教学进度计划表

一、基本信息

课程代码	2060591	课程名称	旅游消费者行为学
课程学分	2 学分	总学时	32 学时
授课教师	王妍妍	教师邮箱	17011@gench.edu.cn
上课班级	旅游管理 B20 级 1-4 班	上课教室	周一：一教 104 室 第五六节课
答疑时间	周二 13:00-16:30； 周三：08:30-16:30		
主要教材	【《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		
参考资料	1. 《大数据背景下旅游营销创新模式研究》 作者：王尧艺 中国纺织出版社 出版时间：2018 年 11 月 第一版 ISBN 9787518048564 2. 《旅游市场营销》（第二版） 作者：曲颖 李天元 中国人民大学出版社 出版时间：2018 年 08 月 ISBN 9787300257891 3. 《旅游市场调查与预测》 作者：李君轶 出版社有限责任公司 出版时间：2018 年 07 月 ISBN 9787030352521 4. 《当代旅游市场营销方式的综合研究》 作者：李晓 水利水电出版社 出版时间：2018 年 05 月 ISBN 9787517056058 5. 《旅游市场营销》 菲利普·科特勒；约翰·T. 鲍文；詹姆斯·C 麦肯斯 著 ISBN 978-7-302-44681-1 清华大学出版社 2017 年 3 月第 1 版		

二、课程教学进度

周次	教学内容	教学方式	作业
1	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	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	2.1 旅游者感知概述 2.2 旅游者对目的地的感知	讲解、讨论等形式	复习旅游者感知偏差的含义与行程过程

注：课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上，并发送到教务处存档。

	2.3 旅游者对距离的感知 2.4 旅游者对风险的感知		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	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	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	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	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	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	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	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	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	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

注:课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上,并发送到教务处存档。

13	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	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	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	期末课程归纳与总结	讲解、讨论等	期末复习备考

三、评价方式以及在总评成绩中的比例

总评构成 (1+X)	评价方式	占比
1	期终开卷考试	50%
X1	小组作业	10%
X2	考勤及课堂互动与讨论等课堂表现与展示	10%
X3	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)	30%

任课教师：王妍妍

系主任审核：

华玉

日期：2023年1月11日