

南京审计大学金审学院教学进度表

2017-2018学年第一学期

上课班级构成：2015级金审酒管1班 2015级金审酒管2班

课程			学分	总学时	讲授学时	上机学时	实验学时	其他学时	授课方式	考核方式	上课班号	任课教师	时间		地点
													周次	节次	
[GL13192]消费行为学			3.0	48	48	0	0	0	讲授	考试	001	[0000221]张树夫	1-16	一[5-6节]单	B中202
											001	[0000221]张树夫	1-16	三[1-2节]	B中102
周次	星期	节次	学时					授课内容				备注			
			讲授	实验	上机	其他	习 作 课堂讨论								
1	1	5-6	2					第一章 绪论				作业见课件			
1	3	1-2	2					第二章 影响消费者行为的因素体系				作业见课件			
2	3	1-2	2					第二章 影响消费者行为的因素体系				作业见课件			
3	1	5-6	2					第三章 消费者的心理活动过程				作业见课件			
3	3	1-2	2					第四章 消费者的个性与自我概念				作业见课件			
4	3	1-2	2					第四章 消费者的个性与自我概念				作业见课件			
5	1	5-6	2					国庆放假				作业见课件			
5	3	1-2	2					国庆放假				作业见课件			
6	3	1-2	2					第五章 消费者态度的形成与改变				作业见课件			
7	1	5-6	2					第五章 消费者态度的形成与改变				作业见课件			
7	3	1-2	2					第六章 消费者的需要与购买动机				作业见课件			
8	3	1-2	2					第六章 消费者的需要与购买动机				作业见课件			
9	1	5-6	2					第七章 消费者的购买决策与购买行为				作业见课件			
9	3	1-2	2					第七章 消费者的购买决策与购买行为				作业见课件			
10	3	1-2	2					期中考试				作业见课件			
11	1	5-6	2					第八章 家庭生命周期、角色分工与购买行为				作业见课件			
11	3	1-2	2					第九章 群体消费心理与行为				作业见课件			
12	3	1-2	2					第十章 社会文化与消费者行为				作业见课件			
13	1	5-6	2					第十章 社会文化与消费者行为				作业见课件			
13	3	1-2	2					第十一章 消费者满意和消费者忠诚				作业见课件			
14	3	1-2	2					第十一章 消费者满意和消费者忠诚				作业见课件			
15	1	5-6	2					第十二章 品牌消费心理与行为				作业见课件			
15	3	1-2	2					第十三章 消费者行为与营销组合策略				作业见课件			
16	3	1-2	2					综合复习				作业见课件			

教研室主任审核签字：_____

各教学部门主管教学领导审批签字：_____

注：本表一式三份，行政班级所在分院、教师所属教研室、教师本人各留一份。

