

全国纺织类专业优秀教案评选竞赛

《服装消费心理学》

课堂教学教案

作品名称：消费者的动机与需要

所选课程：服装消费心理学

课程性质：专业必修课程

授课对象：服装设计与工程专业

授课年级：大三本科生

授课课时：1 课时

2024 年 9 月 13 日

一. 教学分析

【课程名称】	服装消费心理学	【本课名称】	消费者的动机与需要
【授课学时】	1 学时	【授课班级】	服工 21 级
【授课时间】	2023-2024 学年第 2 学期	【授课地点】	二公教

【课程内容】
<p>《服装消费心理学》是服装设计与工程专业的专业必修课程，采用线上线下混合教学模式。</p> <p>通过学课程内容，使学生了解服装消费心理学的基本内容；理解消费者的心理特征及行为规律；掌握服装消费心理学的研究方法；培养学生对服装消费者心理及行为的分析能力；掌握企业的营销策略与服装消费者的心理互动关系，为后续课程的学习和实践能力打下坚实的基础。</p> <p>同时，教育引导树立树立正确的消费观，建立科学的价值观和方法论。通过课程学习，培育具有专业水平和职业素养的新时代服装人。</p> <p>本课内容选自第三章《消费者的动机与需要》，从消费者个体因素入手进行研究。分析消费动机和需求对消费心理与行为的影响，通过案例进行讲解，并设计课程作业，提升学生理论和实践能力。</p>

【学情分析】	
【知识基础】	1. 有一定的服装营销知识储备。 2. 缺乏对消费心理学知识的了解。
【实践能力】	1. 有一定的服装消费经验和模式。 2. 缺乏对消费行为和心理的研究。
【学习特点】	1. 该群体学生由于年龄及专业特点，喜好个性、潮流、休闲类服装，注重服装品牌文化内涵，一般通过选择不同的服装来彰显内在的性格态度，对于消费案例的学习理解快兴趣高。 2. 课程中涉及理论知识较多，一些心理学概念较为晦涩，在学习中容易产生畏难情绪。
【教学目标】	
【知识目标】	讲解马斯洛需求层次理论，掌握服装消费者的生理需求，了解智能服装的基本发展情况，了解和掌握服装质量安全消费心理，了解纺织服装产品质量安全隐患；了解归属需求及情感因素对消费心理和行为的影响；了解尊重需求对消费心理和行为的影响；了解自我实现需求对消费心理和行为的影响。
【能力目标】	掌握服装各层次需求与消费心理，能够对服装消费案例进行专业分析；在行业工作中具备创新精神和服务意识。
【素质目标】	培养运用科学的价值观和方法论分析和处理问题的能力；提升职业素养，培养服装智能制造专业人才，培养人文关怀理念；培养匠心精神、精益求精的职业素养和安全意识，求真务实的职业操守；培养追求卓越以人为本的职业观念。
【思政目标】	通过案例分析研究服装消费需求升级的方向和策略，将以人为本、科学发展的理念融入服装产品研发、营销服务等环节，帮助学生树立科学发展观，成为具备科技创新能力的专业人才。

【教学内容】							
知识点	重点	难点	目标达成度				
			识记	理解	应用	分析	综合
马斯洛需求层次理论	√		√	√	√		
生理需求与智能服装研发				√	√	√	√
安全需求与纺织服装产品质量保障				√	√	√	√
归属需求与服装情感化设计				√	√	√	√
尊重需求与特殊人群服装研发				√	√	√	√
自我实现需求与服装个性化定制				√	√	√	√
消费心理学分析与思政剖析		√			√	√	√
【教学重难点】							
【教学重点】	掌握马斯洛需求层次理论内容、对相关服装消费案例中各层次需求进行分析。						
【解决策略】	教师讲授+课堂讨论+课程设计作业 深入讲解马斯洛需求层次理论、通过课堂讨论加深理解，学生进行调查研究、文献阅读、情景演绎等课程设计作业方式加深对理论知识的理解与运用。						
【教学难点】	运用消费心理学知识对案例进行分析、对科学的营销策略进行研究、以科学的价值观和方法论进行理论学习和实践应用。						

【解决策略】	<p>教师讲授+案例讲解+数字化教学资源+自编教材</p> <p>通过讲解案例设计、案例描述、案例分析、案例思考等环节内容，剖析马斯洛需求层次理论，深入挖掘案例问题根源；结合自编案例教程及数字化教学资源相关内容，以启发式教学模式引导学生运用理论知识进行案例解读；拓展课堂教学内容，通过研究探讨的形式鼓励学生开拓思维，自主分析研究；帮助学生挖掘思政内涵，加深对知识和案例的理解；培养其用科学的价值观和方法论，进行正确的营销策略分析。</p>
--------	---

一、理论讲授

教学目标：了解消费动机形成的特点

内隐性：无目的、无意识的自动形成的内在心理；
冲突性：有目的的购买行为活动中，存在着两个或两个以上相互或相互排斥的动机时所产生的一种矛盾心理状态；
主导性：在有多种活动过程中占主导地位的心理过程和内部驱动力；
可转移性：受外界刺激或内在作用产生的消费动机转移；

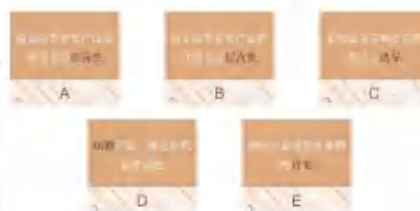
教学目标：了解消费动机的类型



教学目标：了解消费者动机、需要、行为之间的关系



满足消费者需求



一、案例讲解

(一) 案例一

1. 案例名称

在“生理需求满足再升级”中论智能服装如何制胜未来。

2. 设计思路

本案例设计思路如下。

- (1) 由智能服装发展及生理需求满足案例引入。
- (2) 理解马斯洛需求层次理论。
- (3) 生理需求的概念和内涵。
- (4) 考察智能服装的市场需求。
- (5) 分析智能服装在不同领域的应用现状。
- (6) 分析智能服装的未来发展趋势。
- (7) 大数据背景下智能服装重要发展方向。

3. 设计内容

案例过程设计中的步骤及内容见表 1。

表 1 在“生理需求满足再升级”中论智能服装如何制胜未来课程过程设计

设计步骤	设计内容
案例导入	智能服装发展及生理需求满足
案例讨论	智能服装运用于人体健康监测的案例
提出问题	智能服装如何满足人类日益升级的生理需求
概念理解	马斯洛需求层次理论——生理需求
案例分析	考察智能服装的市场需求
案例思考	未来智能服装的发展趋势与创新方向
策略研究	智能服装在不同领域的应用现状；关于智能服装的营销策略研究
服装开发	电子信息类智能服装与可穿戴服装的设计开发；新型智能服装的设计开发
知识点总结	马斯洛需求层次理论——生理需求；服装生理需求内涵；智能服装的市场需求；分析智能服装在不同领域的应用现状；分析智能服装的未来发展趋势
实践内容	针对某一消费群体策划一款智能服装设计概念，说明生理功能、设计特色、消费需求、营销策略

	<p>(二) 案例二</p> <p>1. 案例名称</p> <p>在“安全需求保障新课题”中论纺织服装产品质量安全与企业职责。</p> <p>2. 设计思路</p> <p>本案例设计思路如下。</p> <p>(1) 由北京市消协发布儿童服装比较试验报告引入。</p> <p>(2) 存在儿童服装质量不过关情况</p> <p>(3) 分析消费者所重点投诉的服装产品质量项目。</p> <p>(4) 基于马斯洛需求层次理论分析消费者心理。</p> <p>(5) 分析纺织服装产品质量安全隐患。</p> <p>(6) 分析纺织服装产品质量安全监测策略与企业职责。</p> <p>3. 设计内容</p> <p>案例过程设计中的步骤及内容见表 2。</p> <p>表 2 在“安全需求保障新课题”中论纺织服装产品质量安全与企业职责课程过程设计</p> <table><tr><th>设计步骤</th><th>设计内容</th></tr><tr><td>案例导入</td><td>北京市消协发布儿童服装比较试验报告</td></tr><tr><td>案例讨论</td><td>七款儿童服装未达到标准要求</td></tr><tr><td>提出问题</td><td>常见服装质量问题</td></tr><tr><td>概念理解</td><td>马斯洛需求层次理论</td></tr><tr><td>案例分析</td><td>基于马斯洛需求层次分析消费者心理</td></tr><tr><td>案例思考</td><td>纺织服装产品质量安全隐患</td></tr><tr><td>策略研究</td><td>纺织服装产品质量安全监测策略</td></tr><tr><td>服装开发</td><td>环保安全服装面料开发</td></tr><tr><td>知识点总结</td><td>基于马斯洛需求层次分析服装质量安全消费心理；纺织服装产品质量安全隐患；纺织服装产品质量安全监测策略与企业职责</td></tr><tr><td>实践内容</td><td>根据消费者需求设计一系列智能化可持续安全服装</td></tr></table> <p>(三) 案例三</p> <p>1. 案例名称</p> <p>在“归属需求内涵深挖掘”中论亲子装情侣装设计概念突破。</p> <p>2. 设计思路</p> <p>本案例设计思路如下。</p> <p>(1) 由亲子装情侣装需求升级案例引入。</p> <p>(2) 分析亲子装与情侣装的情感价值。</p> <p>(3) 引入情感化设计的定义。</p> <p>(4) 归属需求内涵。</p> <p>(5) 分析马斯洛需求理论中归属需求与情感化设计的关联。</p> <p>(6) 探讨亲子装、情侣装情感设计创新要素并实践。</p> <p>3. 设计内容</p> <p>案例过程设计中的步骤及内容见表 3。</p> <p>表 3 在“归属需求内涵深挖掘”中论亲子装、情侣装设计概念突破课程过程设计</p>	设计步骤	设计内容	案例导入	北京市消协发布儿童服装比较试验报告	案例讨论	七款儿童服装未达到标准要求	提出问题	常见服装质量问题	概念理解	马斯洛需求层次理论	案例分析	基于马斯洛需求层次分析消费者心理	案例思考	纺织服装产品质量安全隐患	策略研究	纺织服装产品质量安全监测策略	服装开发	环保安全服装面料开发	知识点总结	基于马斯洛需求层次分析服装质量安全消费心理；纺织服装产品质量安全隐患；纺织服装产品质量安全监测策略与企业职责	实践内容	根据消费者需求设计一系列智能化可持续安全服装
设计步骤	设计内容																						
案例导入	北京市消协发布儿童服装比较试验报告																						
案例讨论	七款儿童服装未达到标准要求																						
提出问题	常见服装质量问题																						
概念理解	马斯洛需求层次理论																						
案例分析	基于马斯洛需求层次分析消费者心理																						
案例思考	纺织服装产品质量安全隐患																						
策略研究	纺织服装产品质量安全监测策略																						
服装开发	环保安全服装面料开发																						
知识点总结	基于马斯洛需求层次分析服装质量安全消费心理；纺织服装产品质量安全隐患；纺织服装产品质量安全监测策略与企业职责																						
实践内容	根据消费者需求设计一系列智能化可持续安全服装																						

设计步骤	设计内容
案例导入	亲子装、情侣装需求升级
案例讨论	亲子装及情侣装如何满足人们的情感诉求
提出问题	亲子装与情侣装如何体现情感价值
概念理解	马斯洛需求层次理论——归属需求
案例分析	马斯洛需求层次理论与情感化设计的关联
案例思考	亲子装、情侣装的情感化设计如何体现归属需求及如何进行营销
策略研究	情感化设计的内涵；亲子装情侣装营销策略研究
服装开发	亲子装、情侣装的设计开发
知识点总结	服装情感化设计；马斯洛需求层次理论——归属需求；马斯洛需求层次理论与情感化设计的关联；亲子装情侣装设计创新要素
实践内容	设计开发一系列亲子服装，说明设计内涵、设计特色、元素运用、消费需求、营销策略

（四）案例四

1. 案例名称

在“尊重需求服务更周到”中论特殊人群的服装设计与营销。

2. 设计思路

本案例设计思路如下。

- （1）由为侏儒症患者的服装设计案例引入。
- （2）分析特殊人群服装国内市场状况。
- （3）说明满足特殊人群需求服装的匮乏。
- （4）尊重需求定义。
- （5）如何满足特殊人群群体对于服装的尊重需求。
- （6）分析目前肢体残疾者服装设计中存在的问题。
- （7）满足特殊群体需求的服装设计实践。

3. 设计内容

案例过程设计中的步骤及内容见表 4。

表 4 在“尊重需求服务更周到”中论特殊人群的服装设计与营销课程过程设计

设计步骤	设计内容
案例导入	侏儒症患者的服装设计案例
案例讨论	目前的市场为何无法满足侏儒症患者的着装需求
提出问题	如何满足特殊人群服装需求
概念理解	马斯洛需求层次理论——尊重需求
案例分析	特殊人群服装国内市场状况
案例思考	肢体残疾者服装设计中存在的问题；特殊人群群体对于服装还有哪些层次的需求；如何利用服装设计和营销手段满足特殊群体的尊重需求
策略研究	满足尊重需求的特殊人群服装设计
服装开发	特殊人群服装的设计开发
知识点总结	马斯洛需求层次理论——尊重需求内涵；基于马斯洛需求层次理论的特殊人群服装需求心理；特殊人群服装设计要素；基于特殊人群服装尊重需求心理的营销策略
实践内容	设计开发一系列关怀肢体残疾人群的服装

(五) 案例五

1. 案例名称

在“自我实现需求高层次”中论定制服装的极致服务战略。

2. 设计思路

本案例设计思路如下。

- (1) 由服装定制行业成功案例——红领企业引入。
- (2) 分析我国服装定制的发展和现状。
- (3) 马斯洛需求层次理论之自我实现需求的内涵。
- (4) 服装定制自我实现消费心理研究。
- (5) 分析自我实现需求如何影响消费者个性化定制。
- (6) 分析中国服装定制业的发展战略。

3. 设计内容

案例过程设计中的步骤及内容见表 5。

表 5 在“自我实现需求高层次”中论定制服装的极致服务战略课程过程设计

设计步骤	设计内容
案例导入	红领企业服装定制成功案例
案例讨论	定制服装满足了消费者哪些需求
提出问题	如何以消费者需求为核心定制服装
概念理解	马斯洛需求层次理论——自我实现需求
案例分析	如何满足服装设计中消费者自我实现需求
案例思考	数字化时代下服装定制如何更好地满足消费者自我实现需求；自我实现需求如何影响消费者个性化定制
策略研究	定制服装企业如何面临中国服装市场的机遇和挑战
服装开发	定制服装系统的开发
知识点总结	马斯洛需求层次理论——自我实现需求的内涵；服装定制自我实现消费心理研究；自我实现需求与消费者个性化定制；中国定制服装行业的现状与发展策略
实践内容	模拟数字化智能化服装定制企业运营模式；分析营销策略

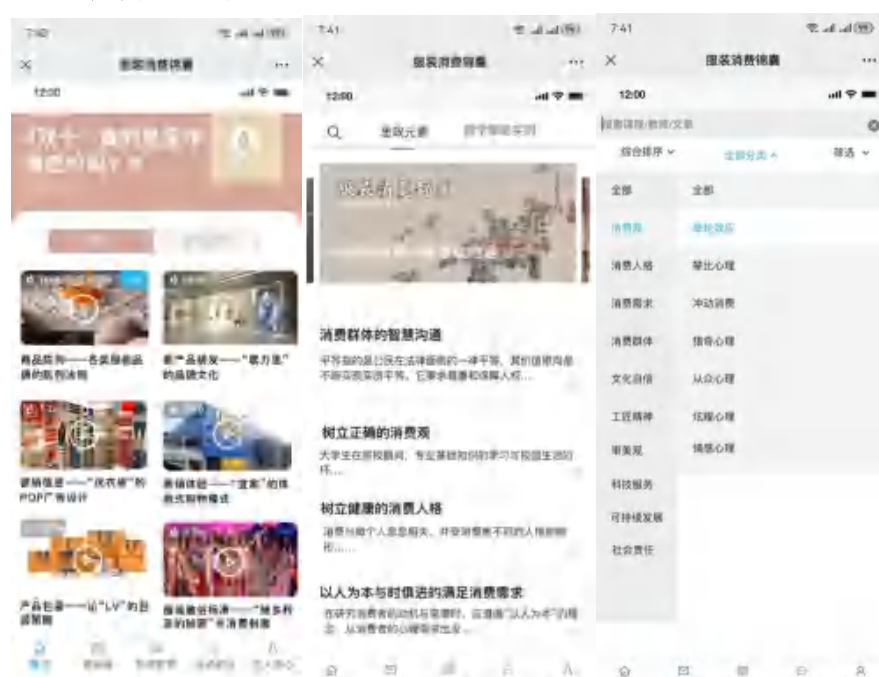
三、数字化教学资源

(1) 课件及视频案例





(2) 数字资源平台






四、自编教材

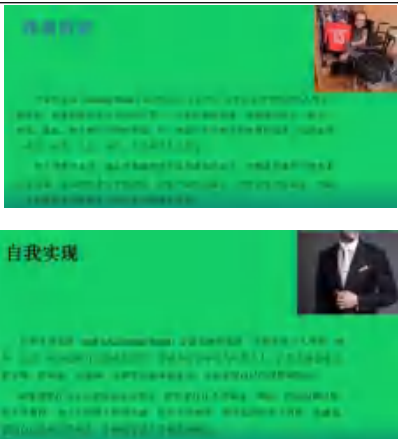
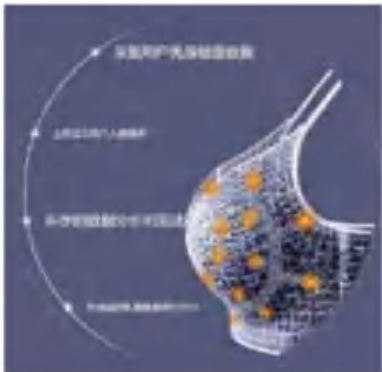


【教学方法】	
【教法】	讲授法、案例分析法、阅读指导法、现场教学法
【学法】	讨论法、自主学习法、任务驱动法、直观演示法
【教学资源】	
1. 教学网站： 泛雅网络教学综合服务平台（学习通 APP）	
<div>  </div>	
2. 参考教材：	
《服装消费心理学课程思政案例教程》，景晓宁，荆妙蕾，蒋蕾，刘红雯，马大力，中国纺织出版社	
《服装心理学概论》，赵平，蒋玉秋，吴琪，中国纺织出版社	
《服装消费心理学》，王海燕，王欣，中国纺织出版社	
《用心理学践行社会主义核心价值观》，韦志中，邓伟平，台海出版社	

二. 教学实施

【教学流程】				
<div><div><div>【课前预学】</div><div></div><div><div>•资源共享</div><div>•课程预习</div></div></div><div><div>【课中教学】</div><div></div><div><div>•教师讲授</div><div>•案例解读</div></div></div><div><div>【课后辅学】</div><div></div><div><div>•课程作业</div><div>•能力拓展</div></div></div></div>				
【课前阶段】				
教学环节	教学内容	教师活动	学生活动	教学策略设计意图
资源共享	1. 建立课程教学网站 2. 共享数字教学资源 3. 相关教辅资料	1. 教师建设课程教学平台。 2. 教师发布课程资源（数字化平台教学资源、参考书目）。	1. 学生登录泛雅网络教学平台，查看课程信息。 2. 浏览相关教学资源、预览相关书目。	1. 让学生对课程学习资源的获取渠道、内容进行了解。 2. 为高效高质完成后续学习提供理论基础和资源支持。
课程预习	1. 本节课知识点 2. 课程安排 3. 课程要求 4. 教学目标 5. 教学案例	教师发布本节课程学习内容、教学要求及任务目标，教学案例。	观看教师发布内容，根据课程资料进行预习、相关概念理解、案例预读、学习规划。	让学生在课前对课程内容进行初步了解，带着问题去学习，在学习中去思考，根据任务目标进行学习规划、提前做好课程学习和案例学习准备工作。

【课中阶段】				
教学环节	教学内容	教师活动	学生活动	教学策略设计意图
知识点 1: 马斯洛需求层次理论 (15 分 钟)	1. 消费者动机概念; 2. 消费者动机分类; 3. 消费者购买动机特征: 内隐性、冲突性、主导性、可转移性。 4. 消费者需要的概念; 5. 消费者需要的类型: 习俗、同步、优越、趋美、便利、选价、惠顾、新奇、偏好、求名心理需要。 6. 消费者需要的特征; 7. 消费者需要影响因素。 ① 个体影响因素: 年龄、性别、文化和职业、个人经济、个性心理。 ② 外部影响因素: 社会、地区、人际、宗教、家庭。 8. 马斯洛需求层次理论: 生理需求、安全需求、归属需求、尊重需求	1. 教师介绍课程概况及学习方法。 2. 教师讲解消费者动机、需要、行为的相关概念。 3. 教师讲解消费者动机的特征在日常服装消费中的表现。 4. 教师讲解各消费者需求的具体表现, 重点通过案例“晕轮效应——明星代言服装品牌营销策略”讲解消费者需要类型中的求名心理需要具体表现以及对消费心理和行为的影响。 5. 教师讲解消费者需要的特征表现。 6. 教师讲解消费者需要的影响因素, 让学生举例, 互动讨论。 7. 教师讲解马斯洛需求层次理论来源、内容; 各层次需求的具体内容和服装消费中的具体表现。	1. 学生对学习内容思考进行总结和总结。 2. 学生记录学习内容, 回答问题。 3. 学生查阅学习资源、通过网络和文献拓展知识、加深对课程概念的理解。	培养学生理解、钻研知识以及发现、解决问题的能力, 培养科学发展思维, 创新意识和文献调研和分析的能力。

	<p>求、自我实现需求。</p> <p>9. 消费者行为的概念；</p> <p>10. 消费者行为的构成；</p> <p>11. 消费者行为模型；</p> <p>12. 消费者动机、需要、行为之间的关系。</p>	 <p>8. 教师讲解消费行为的概念、构成及模型。通过案例“服装营销环境——服装超市、专卖店、大型百货商场、仓储式销售对消费心理和行为的影响”讲解消费者动机、需要、行为之间的关系。</p>		
<p>知识点 2： 生理需求与智能服装研发 (5 分钟)</p>	<p>解读案例《在“生理需求满足再升级”中论智能服装如何制胜未来》，分析生理需求对消费心理和行为的影响，以社会主义核心价值观为指引制定有针对性的产品策划及营销策略。</p>	<p>1. 教师通过案例讲解：</p> <p>(1) 马斯洛需求层次理论——生理需求。</p> <p>(2) 服装生理需求内涵。</p> <p>(3) 智能服装市场需求。</p> <p>(4) 分析智能服装在不同领域的应用现状。</p> <p>(5) 分析智能服装的未来发展趋势。</p> <p>2. 帮助学生把握案例教学重点及难点。</p> <p>重点：结合案例理解智能服装生理需求技术发展。</p> <p>难点：服装智能制造生理需求技术研究中多学科的结合，以科学的价值观和方法论进行理论学习和实践应用。</p> <p>2. 引导学生进行案例的分析和思考，以消费心理和思政角度剖析案例。</p> 	<p>1. 了解马斯洛需求层次理论；理解服装消费者的生理需求；了解智能服装的基本情况；理解服装业智能制造在电子化信息时代的重要影响。</p> <p>2. 案例讨论、问题思考、研究分析、实践调查、情景演绎、知识运用与总结。</p>	<p>1. 培养对服装消费案例的专业分析能力；培养创新精神和服务意识。</p> <p>2. 培养学生运用科学的价值观和方法论分析和处理问题的能力；提升职业素养，培养服装智能制造专业人才，培养专业人文关怀理念。</p>

<p>知识点 3： 安全需求与纺织服装产品质量保障 (5 分钟)</p>	<p>解读案例《在“安全需求保障新课题”中论纺织服装产品质量安全与企业职责》，分析安全需求对消费心理和行为的影响，以社会主义核心价值观为指引制定有针对性的产品策划及营销策略。</p>	<p>1. 教师通过案例讲解： (1) 基于需求层次分析服装质量安全消费心理。 (2) 纺织服装产品质量安全隐患。 (3) 纺织服装产品质量安全监测策略企业职责。</p> <p>2. 帮助学生把握案例教学重点及难点。 重点：结合案例了解纺织服装产品质量安全监测策略与企业职责。 难点：分析纺织服装产品质量安全隐患，对科学的营销策略进行研究，以科学的价值观和方法论进行理论学习和实践应用。</p> <p>2. 引导学生进行案例的分析和思考，以消费心理和思政角度剖析案例。</p> 	<p>1. 了解马斯洛需求层次理论；理解服装消费者的安全需求；了解和掌握服装质量安全消费心理；了解纺织服装产品质量安全隐患。</p> <p>2. 案例讨论、问题思考、研究分析、实践调查、情景演绎、知识运用与总结。</p>	<p>1. 培养对服装消费案例的专业分析能力；培养对消费者消费心理与消费需求的掌握能力，以及制定合理的营销策略的能力。</p> <p>2. 培养运用科学的价值观和方法论分析和处理问题的能力；提升职业素养，培养专业人才匠心精神、精益求精的职业素养和安全意识，求真务实的职业操守。</p>
<p>知识点 4： 归属需求与服装情感化设计 (5 分钟)</p>	<p>解读案例《在“归属需求内涵深挖”中论亲子装情侣装设计概念突破》，分析归属需求对消费心理和行为的影响，以社会主义核心价值观为指引制定有针对性的产品策划及营销策</p>	<p>1. 教师通过案例讲解： (1) 服装情感化设计。 (2) 马斯洛需求层次理论——归属需求。 (3) 马斯洛需求层次理论与情感化设计的关联。 (4) 亲子装、情侣装设计创新要素。</p> <p>2. 帮助学生把握案例教学重点及难点。 重点：结合案例理解消费者的归属需求对消费行为的影响。 难点：运用马斯洛需求层次理论和情感化设计分析亲子装与情侣装的设计要素，对科学的营销策略进行研究，以科学的价值观和方法论进行理论学</p>	<p>1. 了解和掌握服装消费心理学的基本内容和研究方法；理解马斯洛需求层次理论下消费者的心理特征及行为规律；了解归属需求及情感因</p>	<p>1. 培养学生对服装消费者心理及行为的分析能力；培养学生对服装消费案例的专业分析能力；培养学生对不同需求层次消费者及相关商品制</p>

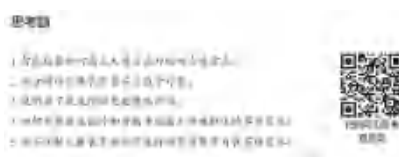
	略。	<p>习和实际应用。</p> <p>3. 引导学生进行案例的分析和思考，以消费心理和思政角度剖析案例。</p> 	<p>素对消费心理和行为的影响。</p> <p>2. 案例讨论、问题思考、研究分析、实践调查、情景演绎、知识运用与总结。</p>	<p>定合理的营销策略的能力。</p> <p>2. 培养运用科学的价值观和方法论分析和处理问题的能力；提升职业素养，培养专业人才人文关怀理念。</p>
<p>知识点 5： 尊重需求与特殊人群服装研发 (5 分钟)</p>	<p>解读案例《在“尊重需求服务更周到”中论特殊人群的服装设计营销》，分析尊重需求对消费心理和行为的影响，以社会主义核心价值观为指引制定有针对性的产品策划及营销策略。</p>	<p>1. 教师通过案例讲解：</p> <p>(1) 马斯洛需求层次理论——尊重需求内涵。</p> <p>(2) 基于马斯洛需求层次理论的特殊人群服装需求心理。</p> <p>(3) 特殊人群服装设计要素。</p> <p>(4) 基于特殊人群服装尊重需求心理营销策略。</p> <p>2. 帮助学生把握案例教学重点及难点。</p> <p>重点：结合案例理解消费者的需求层次对特殊群体消费行为的影响。</p> <p>难点：对国内特殊人群服装的市场情况进行分析；运用马斯洛需求层次理论分析特殊人群体的各层次需求，以尊重需求为重点，分析应对各层次需求设计要素，对科学的营销策略进行研究，以科学价值观和方法论进行理论学习和实际应用。</p> <p>3. 引导学生进行案例的分析和思考，以消费心理和思政角度剖析案例。</p> 	<p>1. 了解和掌握服装消费心理学的基本内容和研究方法；理解马斯洛需求层次理论下消费者的心理特征及行为规律；了解尊重需求对消费心理和行为的影响。</p> <p>2. 案例讨论、问题思考、研究分析、实践调查、情景演绎、知识运用与总结。</p>	<p>1. 培养学生对服装消费者心理及行为的分析能力；培养学生对服装消费案例的专业分析能力；培养学生应对不同需求层次消费者及相关商品制定合理的营销策略的能力。</p> <p>2. 培养学生运用科学的价值观和方法论分析和处理问题的能力；提升职业素养，培养专业人才人文关怀理念。</p>

<p>知识点 6: 自我实现需求与服装个性化定制 (5 分钟)</p>	<p>解读案例《在“自我实现需求高层次”中论定制服装的极致服务战略》，分析自我实现需求对消费心理和行为的影响,以社会主义核心价值观为指引制定有针对性的产品策划及营销策略。</p>	<p>1. 教师通过案例讲解: (1) 马斯洛需求层次理论——自我实现需求的内涵。 (2) 服装定制自我实现消费心理研究。 (3) 自我实现需求与消费者个性化定制。 (4) 中国定制服装行业的现状与发展策略。 2. 帮助学生把握案例教学重点及难点。 重点: 结合案例理解消费者的自我实现需求对消费行为的影响。 难点: 对国内定制服装行业的市场情况进行分析;运用马斯洛需求层次理论分析消费者的自我实现需求,对科学营销策略进行研究,以科学的价值观和方法论进行理论学习和实践应用。 3. 引导学生进行案例的分析和思考,以消费心理和思政角度剖析案例。</p> 	<p>1. 了解和掌握服装消费心理学的基本内容 and 研究方法;理解马斯洛需求层次理论下消费者心理特征行为规律;了解自我实现需求对消费心理和行为的影响。 2. 案例讨论、问题思考、研究分析、实践调查、情景演绎、知识运用与总结。</p>	<p>1. 培养学生对服装消费心理及行为的分析能力;培养学生对服装消费案例的专业分析能力;培养学生应对不同需求层次消费者及相关商品制定合理的营销策略的能力。 2. 培养学生运用科学的价值观和方法论分析和处理问题的能力提升职业素养,培养追求卓越以人为本的职业观念。</p>
---	---	---	---	--

<p>知识点 7: 消费心理学分析与思政剖析 (5 分钟)</p>	<p>1、社会主义核心价值观在消费者动机和需要中的应用; 2、运用消费心理学知识分析案例中消费者动机和需要对于营销的作用; 3、运用科学的营销策略</p>	<p>1. 教师讲解社会主义核心价值观中的“自由”、“文明”在消费者动机和需要课程教学目标中的重要意义。 2. 通过案例讲解科学的满足消费者的动机与需要。</p>  <p>图 广告对消费动机的激发(广告通过对比告诉受众,再鲜艳得颜色及服饰都会随时间的流逝而退色、融化,唯有经典能够永恒)</p>	<p>学生通过参考数字教学资源、新闻时事、课程思政案例教程及相关教辅材料,了解案例拓展知识、加深案例理解,通</p>	<p>通过案例分析研究服装消费需求升级的方向和策略,以科学发展的理念融入服装产品研发、营销服务等环节,帮助学生树立科</p>
---	---	---	--	--

	满足消费者的需要。 4、运用科学的价值观和方法论对案例中蕴含的思政内涵进行剖析,提高理论认知水平和实践思维高度。	3. 教师引导学生利用各种教学资源及课外资源挖掘案例思政内涵, 指导实践和应用。	过课程设 计进行实 践和应 用。	学发展观, 成为具备 科技创新 能力的专 业人才。
--	---	--	---------------------------	---------------------------------------

知识点 总结	1、了解动机的概念、分类、特征。 2、了解需要的需要的概念、类型、特征及影响因素。 3、了解消费者行为的概念、构成及模型。 4、理解马斯洛需求层次理论。 5、理解消费者动机、需要、行为之间的关系, 制定有针对性的产品策划及营销策略。	教师梳理本节课程学习内容, 阐明关键要素, 总结课程的重点和难点、对学生讨论和回答问题进行分析。	学 生 加 深 理 解 本 次 课 程 的 知 识 点, 掌 握 基 本 概 念、 研 究 方 法、 提 高 学 习、 分 析 和 实 践 能 力。	1. 巩固学生学习成果, 加深记忆, 拓展知识, 提升技能, 掌握运用消费心理学知识对案例进行分析的方法, 挖掘思政内涵, 培养科学的价值观方法论, 提升专业水平和职业素养。 2. 通过案例分析, 使学生树立五个职业观: ①对不同需求消费者制定出相应的营销策略, 营造和谐、友善的消费过程, 促进和谐社会消费水平的提升, ②加强服装心理学研究方法的综合运用, 以消费者需求、自由、文明的消费行为为根本, 制定出具有科学价值观的营销策略。③运用社会主义核心价值观指导学生对不同社会文化下的消费行为进行分析, 制定出满足特定社会环境的营销策略, ④用社会主义核心价值观等思政理论指导科学的定价策略, 实现公正、法治、诚信的定价准则和商品销售环境。⑤营造爱国、敬业的社会制造经济、创新技术氛围, 引导消费水平提升, 建设更加富强的社会主义国家。
-----------	--	--	---	--

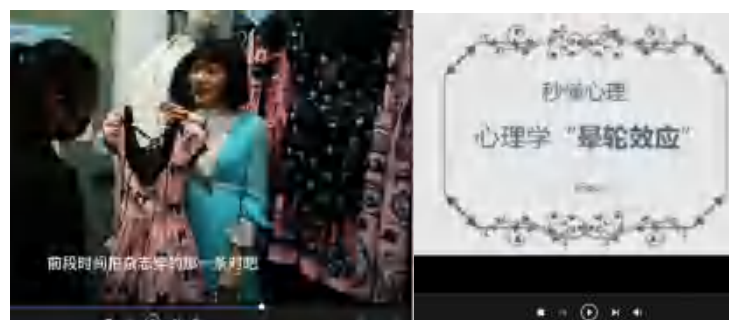
【课后阶段】				
教学 环节	教学内 容	教师活动	学生活 动	教学策略 设计意图
课程 作业	1. 简 述 课程相关 概念 2. 分 析 消费者动 机、需求 和行为之 间的关系	1. 教师在平台发布本节课程课后习题, 并根据学生作答情况进行评分。 	学 生 根 据 教 师 发 布 的 作 业 要 求 按 时 认 真 完 成 作 业; 在 完 成	1. 通过课堂讲授、案例解读、课程设计作业、课堂复习、课后习题及答疑, 多次强化教学重点和难点, 帮助学生总结和提炼理论知识, 加强记忆, 并提高实践分析能力。 2. 通过调查研究和实践,

	3. 以小组形式,根据课程内容自选主题完成课程设作业,包括:主题调研、情景演绎、总结分析、制作ppt汇报演讲。	2. 教师在平台发布课程设作业要求及评分标准,并统计学生选题情况,并根据学生作业完成情况进行点评给出成绩。	的过程中积极思考、创新思维、注重团队合作;与教师沟通完成过程中的问题和心得,总结汇报学习成果。	使学生深刻体会科学态度、求实精神、刻苦钻研、追求真理的深刻内涵,并且在实际工作中身体力行,内化于心; 3. 通过课题研究和参与项目,使学生树立五个精神: ①团队意识和合作精神, ②精益求精的工匠精神, ③克服困难的奋斗精神, ④勇于创新的开拓精神, ⑤建功立业的创造精神;
--	---	---	---	--

能力拓展	<p>1. 自学《消费者需求与服装转型》案例,思考如何结合消费者需求实现服装行业成功转行,举例说明。</p> <p>2. 观看“快时尚抄袭”、“店选跳单现象”案例视频,思考如何针对消费者动机与需要制定怎样的营销策略,避免不文明的消费现象发生。</p>	<p>教师在平台发布课后自学案例文档及视频,引导学生根据平台资源及网络调研理解案例,从思政高度分析案例,并根据学生完成情况记录平时成绩。</p> 	<p>学生根据教师发布的作业要求按时完成作业;在过程中积极思考、创新思维,注重思政的学习分析;对课程知识进行总结和提炼;预习下节课内容,并与本节课知识衔接贯穿形成知识体系。</p>	<p>1. 通过课堂讲授、案例解读、课程设作业、课堂复习、课后习题及答疑,多次强化教学重点和难点,帮助学生总结和提炼理论知识,加强记忆,并提高实践分析能力。</p> <p>2. 通过联系实际问,使学生了解国家建设取得发展、人民生活全面改善的大背景,认真思考和理解国家强盛、行业振兴、经济腾飞的根本原因,认识自己的职责与使命;</p> <p>3. 通过课程学习,使学生体会接续传统、创造业绩、美化人民生活自豪感,树立让中国创造成为世界一流,中国品牌引领国际潮流责任感,立志成为爱岗敬业、勇于创新、为国家做出贡献的新一代服装人。</p>
------	---	--	--	--

【学习成果】

学生课程设计作业样例 1——《晕轮效应对消费动机与需求的影响》



市场营销

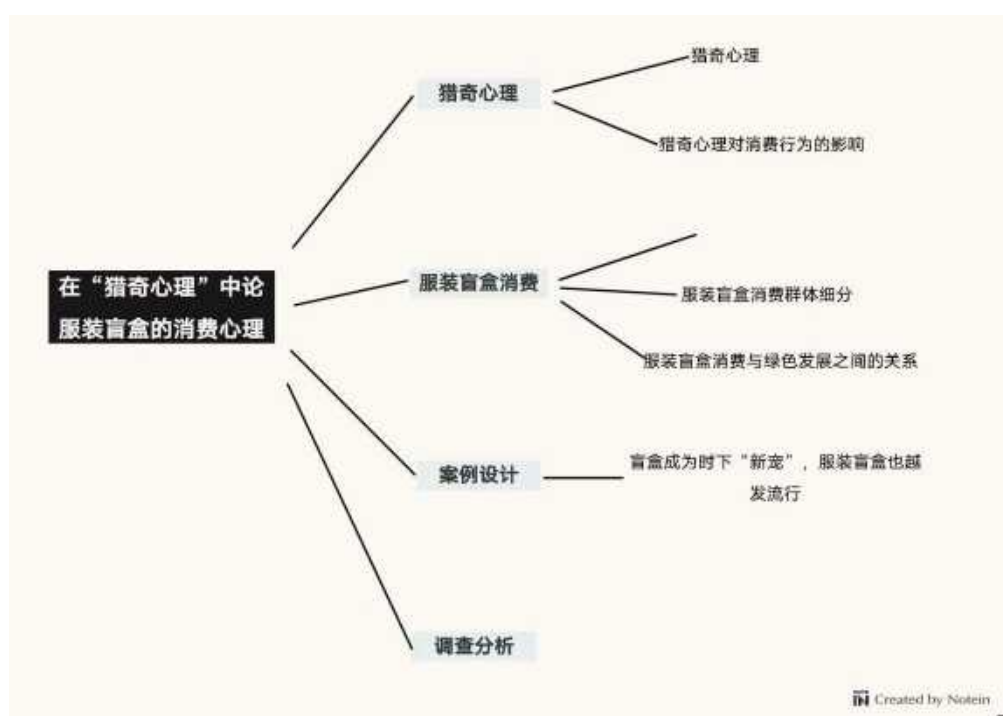
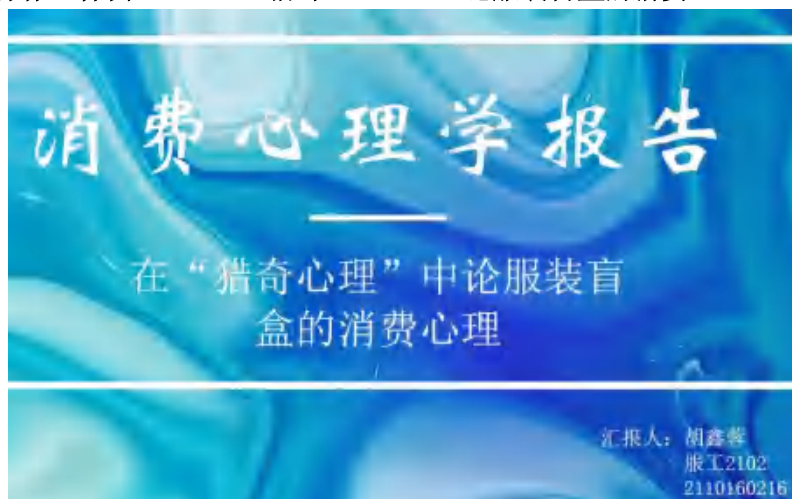
积极影响

在营销实践中，晕轮效应的影响是巨大的。企业可以利用晕轮效应，通过树立品牌形象，提高产品的知名度和美誉度，从而扩大企业的市场占有率。例如，苹果公司通过推出iPhone，树立了高端、时尚的品牌形象，吸引了大量消费者，使其市场占有率迅速提高。

市场营销

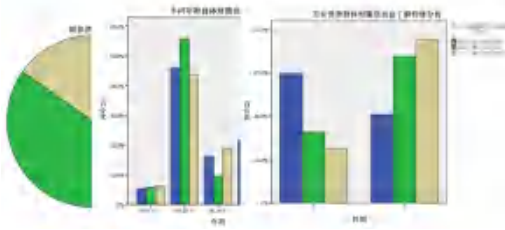
消极影响

然而，晕轮效应也可能带来消极影响。企业如果过度依赖某个明星代言，一旦该明星出现负面新闻，企业的品牌形象也会受到严重损害。例如，某品牌因代言人涉嫌吸毒，导致品牌形象大跌，销量锐减。



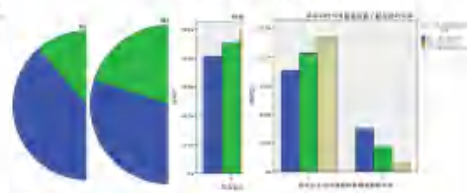
数据分析

消费者对服装盲盒的了解程度分析



数据分析

服装盲盒与服装盲盒了解程度关系



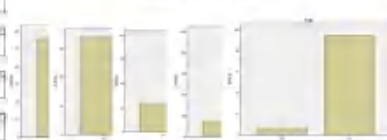
数据分析

服装盲盒的营销渠道

渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道
线上	线下	线上	线下	线上	线下
线上	线下	线上	线下	线上	线下
线上	线下	线上	线下	线上	线下
线上	线下	线上	线下	线上	线下
线上	线下	线上	线下	线上	线下

数据分析

服装盲盒的营销渠道



数据分析

服装盲盒的营销渠道与品牌

品牌	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道
品牌	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道
品牌	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道
品牌	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道
品牌	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道
品牌	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道	营销渠道

数据分析

服装盲盒的营销渠道与品牌



数据分析

消费者对服装盲盒产品的品牌认知

品牌	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知
品牌	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知
品牌	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知
品牌	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知
品牌	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知
品牌	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知	品牌认知

数据分析

消费者对服装盲盒产品的品牌认知



天津工业大学 纺织科学与工程学院 服装消费心理学研究报告 (2022年8月修订)

专业 服装设计与工程
班级 服装1102 学号 2110160216
姓名 胡彦君
指导教师 景晓宇 职称 讲师

调查目的：研究在“绿色心理”中企业服装盲盒的消费心理

调查方式：文献调查法、问卷调查法

调查起止时间：2022年03月—2022年04月

调查成绩统计：

得分	20	24	28	32	总分
项目	一	二	三	四	总分
得分	24	20	28	23	95
指导教师	景晓宇				

调查结论：4.1 服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。

一、调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。

(一) 调查计划

调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。

(二) 调查计划

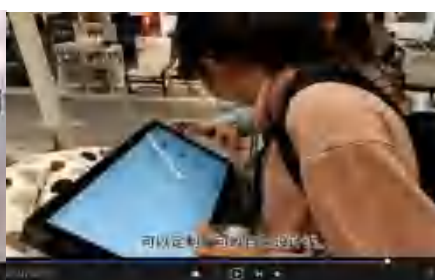
调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。

调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。调查计划：调查服装盲盒在服装行业中的研究方法和技术路线。

其他部分课程设计实践：



满减促销对消费动机与需求的影响



体验式营销对消费动机与需求的影响



营销服务对消费动机与需求的影响



炫耀性消费对消费动机与需求的影响

【课程要求】



三. 教学效果与反思

【教学效果】

1. 通过案例学习，使学生能够分析正确与错误消费观，树立正确价值观，坚持理性消费；通过心理学概念的学习与分析，使学生能够理解并运用理论知识；以小组为单位搜集整理案例相关资料，以报告的方式对满足服装消费者动机与需要的策略深入研究，使学生理解服装行业以人为本，科学发展的重要性；通过不同消费群体案例故事讲解，加深掌握其消费心理和行为差异，使学生了解智慧沟通、平等原则及人文关怀对群体间互动及营销方面的重要性，从而制订科学的营销策略；通过学习消费动机与需求相关案例，使学生理解改革精神、时代精神、创新精神、工匠精神的重要意义，树立正确的审美观及诚信价

价值观。培养爱国情怀，肩负中国服装文化内涵传播与发展的历史使命；通过市场调研及案例分析，培养了学生全面、客观、严谨的治学态度，和沟通协作、数据处理、总结分析能力；通过文献调查及阅读分析，理解可持续发展原则、责任担当、生态环境保护理念，重视服务于国家的战略价值、服务于行业的共同价值、服务于员工的切身价值，树立正确的价值观和职业素养。

2. 利用泛雅网络教学平台推送资料，布置任务，分析学情，答疑互动，极大地提高了学生的学习效率，使学生掌握了基础理论知识和课程作业设计能力，达到了知识目标和能力目标的要求。

3. 通过本章内容的学习，使学生深入了解服装消费心理因素，在服装消费实践中践行“以人为本”的科学发展观。教师通过向学生介绍目前服装需求方面的问题及服装产业技术的发展趋势，敦促学生树立科技创新、科学发展的职业理念，同时助力科技创新发展，成为服装领域的人才。

【特色创新】

1. 通过数字化教学资源共享与自编课程思政案例教程的辅助学习，使学生拓展知识面、丰富案例知识，提高学习质量。基于课程开发的数字化教学资源，采用线上线下混合教学模式，促进“学生学习主动化、资源整合多元化、课程讲授多样化”，实现教学内容立体化、教学资源多元化和教学方式现代化。

2. 通过优秀课程设计作业的案例展示和点评，激发了学生学习兴趣和积极性，提高了学生的实践能力和创新思维，提升了专业素养和理论水平，达到了素质目标和思政目标的要求。

3. 应用泛雅网络教学平台实时反馈教与学的状态，及时调整教学策略，体现“以学生发展为中心”的教学理念，注重学生自主学习能力的培养，促进学生专业技能的发展和综合职业能力的提升。

【诊断改进】

1. 以往教学中发现学生在案例分析方面比较生硬和表面，对知识的灵活运用能力有待提升。教师在教学中应注重讲授如何通过现象挖掘本质的方法，培养学生运用课程专业知识进行实战分析的能力。例如，对于晕轮效应对消费动机与需求影响下的消费心理分析，可先由学生自主思考给出最初的答案，教师帮助学生在这些答案中提炼和补充所学专业知知识，总结出最终的答案，在此过程中梳理研究思路，熟悉研究过程，锻炼研究方法，培养分析能力。

2. 由于学生学习水平差异，在案例教学中应考虑学生特点，教学方法适当差异化，因材施教。对个别学生的学习及作业完成过程进行重点监督管理。案例设计中，更加细化各个课程目标的考核内容，突出作业对课程目标达成度的考核作用。并鼓励学生扩展作业内容，增加案例研究落地性。思政内容与课程教学结合方面，注重案例反映的思政内涵分析，让思政不仅仅是作为一句口号出现在课程资料中，而是切实有佐证和指导的体现，在课程体系及培养目标中落实思政作用。

3. 结合自编教材中的案例教学设计方法和过程进行教学，增加学生对案例对应的课程教学内容的理解，使教师明确教学目标，加强能力和素质培养，并提升实践分析处理能力。