

《消费者行为学》课程思政改革的实践探索

原兴倩 孙 颖

(烟台科技学院)

摘 要：课程思政是培育学生创新素养、实现更好地课堂效果以及实现育人目标的最有效途径之一。在消费者行为学课程教学过程中发现的问题，通过多次实践教学，从教学态度、教学内容、教学方法、教学模式、教学考核等方面轮速如何有效进行课程思政的实践途径。

关键词：消费者行为学；课程思政；实践探索

Practical exploration of the ideological and political reform of consumer behavior

Yuan Xingqian, Sun Ying

(Yantai University of Science and Technology)

Abstract: Curriculum ideology and politics is one of the most effective ways to cultivate students' innovative literacy, achieve better classroom results and achieve the goal of educating people. The problems are found in the teaching process of consumer behavior courses, and practice teaching are repeated. The practical way of course ideology and politics are carried out from the aspects of teaching attitude, teaching content, teaching method, teaching mode, teaching assessment and so on.

Key words: consumer behavior; curriculum ideology and politics; practical exploration

一、消费者行为学课程介绍

根据课程思政的新形势与新要求，传统课堂教学改革迫在眉睫。课程思政可不是简单的文字融合以及机械的叠加，而是形成新的教育理念，润物细无声地影响学生。《消费者行为学》是一门应用型较强的课程，主要研究消费者的消费决策过程以及影响整个过程的心理和社会变量，除了要求学生掌握理论知识，还要更加关注如何培养学生们的学习、实践能力以及创新思维，始终落实立德树人的根本任务。经过长期的课程思政改革，现从教学态度、教学内容、教学方法、教学模式、教学考核等方面进行总结。

二、消费者行为学课程思政改革

(一) 思政融入知识体系，推进正确价值引领

本课程面向的是市场营销专业学生，学生具有一定的专业基础，思维较为活跃，学习劲头足，对课程知识学习兴趣浓厚，但是耐性较差，实践能力欠佳。针对此学情，努力将“教”与“研”融合。第一，充分备课，寻找与本课程相关的交叉理论，为学生创造更多的思考分析角度；第二，将“教”与“研”融合。自己的科研成果和课程以往成果融入到课堂中，关注前沿知识，保持学生求知欲和好奇心，重新梳理教学内容，形成新的课程框架。第三，重视学生课堂反馈。利用学习通平台定期调查学生到反馈与评价，根据反馈教师有针对性调整教学方法与内容，让学生最大程度到学有所得。以德立学，引领学生价值，培养学生全面发展。在课程目标设定过程中，结合课程系统化知识融入思政目标（如图1）。

总体目标：通过学习使学生掌握消费者行为学的基本概念、理论、规律、技巧，树立以消费者为中心的营销观念，根据消费者心理和行为的规律设计营销策略，掌握说服消费者的沟通模式与技巧。使企业和营销人员能更有效地制定满足消费者需求的营销策略，培养职业道德与职业素养、树立以消费者为核心的服务理念，为后续基础课和专业课程的学习提供必要的理论、方法和技能支撑。	
具体目标	内容
知识目标	熟悉消费者行为学的基本理论，并明确这些基本理论在市场营销中的应用价值。掌握消费者购买决策的基本过程，心理、个性和环境因素分别对消费者行为的影响，以及如何运用这些影响因素选择适合的营销方式。
能力目标	具备在特定情境中分析影响消费者购买行为的因素及消费者思维方式的能力，提高自身的营销实践经验。能够将所学习的基本理论和方法应用到工作、生活之中，分析和解决现代各种营销中出现的新现象和新问题，不断提高自身的业务能力和业务素质。
思政目标	了解国家发展给人民带来消费观念及消费方式的改变，树立文化自信、民族自豪感；具有正确的价值观、消费观，合理消费，杜绝奢侈浪费；培养职业道德与职业素养、树立以消费者为核心的服务理念；具有团队合作精神。

图1 课程教学目标

(二) 思政融入课程内容，探索育人育心理念

党和政府积极倡导课程思政理念，要求高校增强课程思政意识，紧紧围绕立德树根本任务，开展好高校全员、全过程、全方位的育人工作。但在《消费者行为学》课程思政的理论构建和实践运行过程中遇到了难关。课程层面，对思政资源挖掘程度不足，教学实践环节过于形式，教学内容需要创新；教师层面，思政观念稍有消极，思政水平不高；学生层面，学生思想特色的复杂性把握不到位，学生成长环境的特殊性未考虑。

针对此情况，主要从思政资源挖掘、思政元素提炼、思政模块设计等几个方面入手开展课程设计。思政资源挖掘，《消费者行为学》的课程框架主要由“消费者决策过程”、“消费者个体和心理因素对消费行为的影响”、“环境因素对消费行为的影响”三大模块组成，将传统维护、职业道德、价值观、心理健康调节、创新创业等五方面的思政教育内容融入，可以提炼出理性消费、绿色消费、中国特色消费等（见表1）。思政元素提炼，根据课程本身的特色，提炼出爱国情怀、文化自信、法律意识、人文精神、社会责任等要

素，转化成核心价值观具体的有效载体。思政模块设计，本课程作为专业必修课实践性强，采取项目化教学方式，单独设计思政教育模块，融合强化专业教学中的思政教育。如组建团队，设计文化建设活动；搭建思政平台，师生共建资源库；进行专项训练，理论与实践相结合；开创1分钟开课演说环节，学生开口学思政）。

(三) 思政融入案例教学，助力知识消化

《消费者行为学》传统课堂中，最不缺少的就是案例教学法，能够帮助学生理解较为抽象难以理解的相关理论，活跃气氛调动学生学习的积极性。但是不得不承认，消费者行为涉及到心理方面的知识较多，内容复杂，不能充分施展案例教学，案例分析从一定程度上成为解释理论的辅助工具。在与毕业生交流的过程，有一毕业生在食品厂工作，发现他们品牌产品包装的颜色虽然一直在变，但是主色不会变，这其实就是消费者感觉的相关应用。这件事值得思考，怎么真正做到理论与事件相结合值得思考。

在对案例教学进行改革中，实行“理解—综合—创新”三层面循序渐进的三位一体教学案例改革。

表 1 教学内容中思政资源挖掘

教学内容	思政途径	思政目标
消费类典型案例	第 1 章 消费者行为基础 1. 开篇以《战狼 2》营销启示录作为导入案例, 将爱国情怀与品牌营销结合, 引出课程内容对世界的影响 2. 针对消费者行为发展趋势, 结合阿里巴巴、华为等代表企业, 谈谈中国网络经济的便捷性、对世界的意义 3. 针对消费者行为的意义, 结合习近平“两山”理论, 引出研究消费者行为对生态环境保护的现实意义	朴素热情的爱国情怀; 民族认同与自豪感; 生态环保意识
	第 2 章 消费者购买决策 1. 消费类型划分中, 拓展奢侈消费、超前消费概念, 让学生自行搜索阐述校园贷案件, 以此警醒 2. 购买决策知识讲解, 结合从众、攀比消费现象, 讲述外部环境对消费心理的影响	正确的价值观; 绿色的消费观; 网络安全意识
消费类典型案例和消费心理因素对消费行为的影响	第 3 章 消费者动机与情绪 1. 以奢侈品消费数据导入, 引出当前年轻人的奢侈消费需求, 引导学生谈自己的购买动机 2. 由消费需要的发展性, 引导学生自己查找从 20 世纪 70 年代到如今结婚三大件的发展演变, 领略改革开放以来社会的飞跃与变迁 3. 情感动机环节, 通过视频展示不同情形的情感流露, 引发学生的情感共鸣	健康的消费理念与消费情趣; 健全的消费知识; 爱国情怀, 民族自豪; 人文关怀
	第 4 章 消费者态度 1. 以中国制造作为开篇案例, 分享中国民族品牌崛起经历, 鼓励学生发表对国潮、汉服等的看法 2. 态度改变因素部分, 由问卷调查方式匿名统计数据, 分析攀比因素在学生购买行为中的作用占比, 引导学生明确消费意识与信念	文化自信; 民族认同; 健全的消费观; 良好的消费风气
	第 5 章 消费者个性与自我意识 1. 由学生自主阐述对自我个性方面的认知与困扰, 由此引出个性是在遗传、环境、成熟、学习等因素的交互作用下形成的结论, 鼓励学生直面个性 2. 通过沙龙交流方式, 探讨自我意识结构, 引导学生热爱生理自我、树立社会自我、强化心理自我, 通过法制案件引发警醒, 强化自我意识 3. 讲授中国消费者生活形态模型, 由此让学生自主参与划分所属生活种群, 进而明确生活方式, 鼓励学生参与打卡活动并予以成功者奖励, 以此倡导积极向上的生活方式	健全的自我认知; 正确的人生观; 完备的法律意识与责任意识; 积极乐观的生活态度
环境因素对消费行为的影响	第 6 章 参照群体与社会阶层 1. 以参照群体入手, 引出从众心理对消费行为的影响, 鼓励学生分组探讨交流从众购物现象, 使其加深参照群体坐标意识 2. 由中国古代社会封建制度到如今民主自由的现代社会演变进程入手, 带学生领略社会的巨大变迁, 对比国外教育分层现状, 让学生感受中国制度的优越性; 由钱学森、梁思礼等国之重将回国报效祖国的案例, 激发学生的责任感与主人翁意识 3. 让每个学生与父母回顾父母从相识、相知到组建家庭、相伴如今的历程, 由此与家庭生活周期相互迎合, 引发学生对父母的感恩、对家庭的责任	良好的价值观、消费观; 爱国情怀, 社会责任; 感恩父母, 人文情怀
	第 7 章 影响消费行为的文化因素 1. 以图片和视频的形式向学生展示祖国山川河流的景致之美、诗词歌赋的文学之美、琴棋书画的赏阅之美、笔墨纸砚的文房之美, 由此引发学生对中华优秀传统文化的热爱之情 2. 以中国传统文化风俗礼仪为切入点, 探讨传统文化对中国消费者行为的影响 3. 展示全球不同国家、地域的亚文化元素, 增强学生对异域文化的包容	爱国情怀; 民族自豪; 文化自信

小案例辅助章节知识点的理解。将班级分组, 每个小组分别布置一次不同主题的讲课任务, 根据课程不同章节内容, 选择十几个知识点, 小组进行选择, 要求预习某一知识点, 以案说理, 每个组员都需参与到案例选择与创建过程中。大小案例结合。在对知识要求综合运用时选择大案例, 对知识的系统化学习时选择小案例多角度解释。如大家一起思考“很多广告为什么会找到名人作为代言人?”对于这个问题的思考就可以从所学的条件反射理论、晕轮效应、凯尔曼态度、认知平衡理论等知识点进行解释, 同时引入社会责任的内容。将学生创新创业实践与课堂相融合。带着要求和知识点在自己参与的创新创业实践中创建自己案例, 让学生从被动验证搜索分析案例, 转化为主动实践式创建案例。

(四) 思政融入教学模式, 启发探索兴趣

《消费者行为学》课堂实训课时略少, 无法实现提高学生实践能力。目前几课时的实践采用的是封闭式案例教学, 学生反馈比理论课更吸引人, 但是还是属于灌输式教学, 局限性比较大。

针对这一局面, 采用了情景模式化教学, 将理论知识转化成实际的营销过程中的场面, 学生参与性极强, 在表演的过程中, 提高了学生小组协作能力和临场应变能力。目前课程课内实践环节多数时间采取封闭式案例教学方法, 教师和学生寻找案例, 按部就班分析案例, 尽管对理论实践结合起到作用, 但离有效提高学生创新能力和营销能力还有一定差距, 从某种意义上讲还算是“灌输式教学”, 局限性较大。对课程分模块, 创造情景。如: 假如你是一名旅行社的销售人员, 针对不同阶段的家庭(新婚家庭、二胎家庭、空巢家庭)推荐产品, 在 APP 上设计不同广告; 假如你是一家食品店老板, 请根据消费者感觉与知觉, 从店内装修、饰品摆放、产品设置等方面进行设计自己店铺; 假如你是一名销售人员, 面对顾客的冲动消费, 你会怎么做?

(五) 思政融入考核方式, 梳理创新素养导向

考核方式和内容是学生最关心的部分, 也是教学重要环节。在提高学生创新素养方面具有很强的导向作用。闭卷考试作为传统考核方式, 更多地是让学生被动记忆, 缺少引导学生创新能力的培养。

因此, 本课程的考核方式必须改革。课程考核内容分为“理

论能力+实践能力+创新能力”, 不同内容的考核方式和所占比重也不同, 最后综合得出学生最终成绩。

理论能力的考核形式是笔试和课后作业; 笔试试题中主观题的分值有所增加, 论述题和案例分析题比重偏大, 设置题目中融入思政, 如“谈谈对疫情下的消费行为的看法”“基于文化自信的国潮品牌建设探析”“网贷、校园贷的危害”等; 课后题均为开放性题目, 需要学生自行多渠道查找材料, 发表自己的观点, 如“面对餐厅浪费现象, 提出有效对策”“如何更好满足 Z 时代的消费需求”。评分依据更多地依据学生对知识点的思考以及创新度。实践能力的考核方式采用课堂提问、讨论、小组作业、“一分钟”演说等, 主要对学生的表达能力、协作能力进行考核。创新能力目前主要以专业期刊或著作阅读新得为主要考核形式, 积极引导学主持创新项目、参与教师的教科研项目等, 以后这也是创新能力的考核形式。

参考文献

- [1] 贾蕾. 课程思政融入市场营销专业教学改革策略[J]. 大学, 2022(18):57-60.
 - [2] 杨义勇, 张怡蝶. 市场营销课程思政路径探析[J]. 品位·经典, 2022(12):119-121.
 - [3] 葛淑文. 基于文化自信的高校课堂思政创新发展路径[J]. 对外经贸, 2022(06):91-94.
 - [4] 欧阳慕岚, 张琳曼. 《消费者行为学》教学创新实践探析[J]. 上海商业, 2022(04):177-179.
 - [5] 徐明祥, 王艳梅. “消费者行为学”立体式、研究性教学的构建、实践及评价[J]. 楚雄师范学院学报, 2021,36(06):140-146.
 - [6] 张思文, 关雪峰, 姜庆丹, 赵迪. 基于超星平台的《消费者行为学》混合教学模式实施路径研究[J]. 科学咨询(教育科研), 2022(09):72-73.
- 作者简介: 原兴倩(1989-), 女, 汉族, 山东烟台人, 就职于烟台科技学院, 硕士, 讲师, 研究方向: 课程改革、创新素养培育; 基金: 烟台科技学院校级教学改革研究项目 基于课程思政理念下《消费者行为学》课程教学改革探索 项目编号: JDQY-X2020002