

“消费者行为学”课程思政教学的实践与思考

郑少华

湖南涉外经济学院 湖南 长沙 410205

[摘要]课程思政是高校贯彻实施立德树人理念的重要途径。本文探索《消费者行为学》课程思政教育的目标，对《消费者行为学》课程的思政教育元素进行全面的挖掘和梳理，试图在课堂中巧妙渗透，达到“润物细无声”的效果，力求进行课程思政教学的探索与创新。

[关键词]消费者行为学；课程思政；教学实践与思考

[中图分类号] G641 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1687-9534(2025)-0088-71 **[收稿日期]** 2025-03-29

高等教育不仅要培养学生具有较高的专业知识与专业技能水平，更重要的是要坚持落实立德树人的根本任务，培养学生内在的德行和素养。市场营销教育工作者在市场营销专业课的教学中，一方面要将相关的专业知识讲透，同时也要充分利用课程思政的途径，加强对学生的思想政治素养教育，以达到教书育人的目的。笔者结合自身的经验，对市场营销专业课《消费者行为学》这一门课程课程思政的理论思考与教育实践进行了探讨。

一、《消费者行为学》课程思政教育目标

《消费者行为学》是市场营销专业的一门专业必修课，是建立在心理学、管理学、经济学、社会学、人类学等学科基础之上的一门学科。该课程重点研究消费者消费过程中的影响因素及其行为变化的规律，是市场营销学和心理学的一个重要分支。了解和把握消费者行为及其变化规律，成为企业营销决策和制定营销策略的基础。本课程所包含

的消费者行为理论及分析技术已经成为营销、管理等专业学生的必备知识和技能。掌握消费行为学的基础知识，使学生提高从事相关工作的能力，适应社会主义建设事业对在职从业人员的要求，从而更有效地为社会服务。

结合《消费者行为学》这门课程的特点与“思政教育”理念，该课程思政教育目标具体有以下几个方面：第一，在整个教学环节中引入社会主义核心价值观，积极引领学生树立正确的社会主义核心价值观。第二，让学生了解我国不同阶段消费的基本国情与特点，了解影响消费者购买行为的主要因素，感受国家与社会的发展与变化，感受当代消费者消费观念及消费行为方式的改变，帮助学生树立文化自信和民族自豪感。第三，引导学生树立正确的消费观念，培养健康的生活方式，提倡合理消费，杜绝奢侈浪费。第四，培养学生的职业道德，提高学生的职业素养，引导学生树立以消费者为中心的营销服务理念，使之成为新时代德才兼备的营销

人才。第五,培养学生团队合作精神、创新精神与实践能力,学以致用。

二、《消费者行为学》课程思政教育内容的挖掘

围绕《消费者行为学》课程思政教育目标,将专业课程知识与课程思政教育相结合,以社会主义核心价值观为价值标准,对本门课程教学内容的思政教育元素进行深入的分析与挖掘,从社会发展与消费变化趋势、消费者感知与消费者行为、个性、生活方式与消费者行为、社会群体与消费者行为、文化与消费者行为、消费者购买决策与消费者行为、网络营销与消费者行为七个模块进行内容设计。

1. 社会发展与消费变化趋势

随着我国社会经济的发展和人民生活水平的提高,消费观念、消费方式与消费流行也逐渐发生变化。在教学过程中,我们要引导学生关注中国社会经济的发展,感受中国发展给人民消费生活带来的变化,特别是电子商务环境下、新零售环境下带来的消费改变。通过社会发展和消费变化感受祖国的日新月异,从而培养学生的爱国主义情怀,树立民族自豪感。在讲解时,可以理论联系实际,比如,消费流行在一定程度上可以促进消费者在商品消费上有共同的偏好,促进了人们在购买上的从众行为。在讲解时,要有意识地对学生的消费爱好和消费情趣进行教育和引导,避免盲目跟从,这样才能提高消费者决策水平,促进消费者的身心健康和全面发展,从而有利于我国建立合理的消费结

构和产业结构,进而促进社会主义物质文明和精神文明建设。课堂上还可以以“双 11”消费为例,通过近几年双 11 的消费数据,分析当前网络消费行为的现状与存在的问题,了解社会发展与消费变化。

2. 消费者感知与消费者行为

消费者在认知外界客观事物时,经历了感性认识和理性认识两个阶段。在感性认识的阶段,主要是形成消费者的感觉和知觉,使得消费者由不认识到认识一点点再到认识多一点,是之后消费者形成理性认识的基础,它也会对后续消费者购买行为产生影响。当物体的客观映像因环境影响而有所变化时,以我们的知觉经验,却倾向于物体映像保持不变。正因为这样,所以我们在认知事物的过程中,容易因为经验而导致以点概面或以偏概全的一种现象。这种现象我们称之为晕轮效应,又称“成见效应”或“光圈效应”。老师在课堂上讲到这一知识点时,应当对学生进行引导,一方面可以利用知觉的恒常性来帮助我们快速的认知外界事物,但同时也应该避免主观成见,避免犯经验主义错误。

消费者的知觉过程包括三个相互联系的阶段,即展露、注意和理解。在信息处理过程中,如果一则信息不能依次在展露、注意和理解这三个阶段中留下来,就很难被储存在消费者记忆里,从而无法有效的对消费者的后续行为产生影响。而容易引起人注意的刺激物有一个特征就是惊奇,就是说刺激物的新奇程度、超出消费者预期的意外程度与吸引消费者注意的可能性成正比。例如,某

男士为芭比娃娃设计婚纱，他一反传统的用布料做婚纱的做法，而是创造性地选用卫生纸做原材料，不仅款式时尚漂亮，其面料也是让人耳目一新，像这样的刺激物就能快速吸引消费者的注意。因此，营销人员为了更好地引导消费者行为以达到更好的营销效果，就必须创新。为此，我们要培养学生的创新能力。通过课堂上一个个真实的案例，激发学生的创新的欲望和能力，培养时代需要的创新型人才。

3、个性、生活方式与消费者行为

个性、生活方式对消费者行为有很大的影响。通过这个内容的讲解，教师要引导学生树立正确的人生观与价值观，塑造良好的性格，养成健康的生活方式。课堂上可以通过一些优秀企业家的人格魅力与成功经验的典型案例分析来激励、引导和教育学生。

4、社会群体与消费者行为

社会群体是指通过一定的社会关系结合起来进行共同活动而产生相互作用的集体。与群体紧密相关的一个因素是社会阶层。同一层次的成员在价值观、爱好、兴趣和行为方式上具有相似性，不同阶层的消费者间存在差异。

大学生是一个消费群体，他们具有很强的自主性。相对于其他群体而言，其自我意识，冒险意识与探索意识更为突出。在讲授专业知识的同时，应结合大学生群体特征对他们进行科学的引导，帮助他们树立正确、理性的消费观，帮助他们养成健康的生活方式，在日常生活中科学消费、合理消费，避

免盲目攀比。

同时当代大学生要有正确的阶层意识，告诫学生如果他暂时处在中下等社会阶层，请他以正面、阳光、积极的心态面对现状，不要怨天尤人，要努力进取。如果他出生在上等社会阶层的家庭中，希望他努力，防止阶层滑落，并主动关心下级阶层的成长，给予他们必要的帮助和扶持。如果可以，请善待每一个人的高度。课堂上教师可以以“北大树洞”歧视事件、王思聪和花千芳吵架等热门事件为例，教育学生培养良好的阶层意识。

5、文化与消费者行为

不同文化对消费者行为会产生不同的影响。在课堂讲解中，一方面，我们要分析中国传统文化对我国消费者行为产生哪些影响，又形成了哪些具有中国特色的消费者行为。讲解时理论联系实际，通过生活中具体的攀比消费、面子消费、人情消费、关系消费等实际消费现象反映我国独特的消费文化。另一方面，对中西方文化进行对比分析，在分析其差异的基础上，更深刻的了解中国文化的内涵与精髓，认识中国传统文化的优越性，引导学生树立文化自信、传统文化传承意识。例如，中国中国传统文化恪守“仁爱孝悌”、“精忠爱国”、“见利思义”、“诚信知报”等信念，可以将这些核心价值观和信念融入课堂，从而“润物细无声”地引导学生树立民族自豪感、建立文化自信，传承传统文化精神。

6. 消费者购买决策与消费者行为

在讲授消费者购买决策过程买后行为时,通过消费案例,引导学生从客观实际出发,实事求是、树立诚信意识,注重产品质量,将中国民族品牌引入案例讲解中,引导学生关注中国品牌的发展,树立民族自豪感,并且在今后从事营销活动时,树立品牌意识,以顾客为中心,关注消费者满意度与忠诚度,始终坚持诚信经营。同时,树立正确的消费观,合理消费,理性消费,杜绝奢侈浪费。

7、网络营销与消费者行为

随着科技、信息与网络的发展,网络营销已成为现代营销市场的主流。企业利用网红营销来塑造品牌形象,针对网红的粉丝群,有针对性的宣传和推广产品,以此来增强品牌和消费者的联系,进而达到提高营销效果的目的。课堂上,老师在讲网红对消费者心理和行为的影响时,可以抓住一些典型的网红人物,通过其身上的特质分析,告诉消费者该如何正确地去看待网红与消费二者之间的关系,同时应该传播正能量,以帮助同学们树立正确的人生观和价值观,而不仅仅是在随波逐流中花费金钱浪费时间。例如,曾经红极一时的口红一哥李佳琦,一秒钟 228 万销售额,背后是他 9 年努力。他学校学习美妆花了三年的时间,之后在欧莱雅实践了三年,而主播,他也花了三年。李佳琦家里,至少有一万多支口红,在他直播时,背后也有两千多支口红。他曾在一次直播中,连续不间断地试了 380 支口红,直播到最后,嘴唇都麻木了。老师通过这一案例,让同学们在理性消费产品的同时,更要学习李佳琦

这种持之以恒、不辞辛劳的工匠精神。

三、课后作业思政教育元素设计

课后,教师要合理设计课后作业,可以采取小组合作的形式开展。要求每个小组成员分工协作,实地走访或消费,结合网络、图书馆等多种途径查找相关资料,认真完成相关课后作业内容。课后作业的主要目的就是培养和提高学生的实践能力与创新合作精神,是课堂理论知识的具体运用,也可充分的体现消费者行为学这门课程的应用性与实践性。例如,在讲到感觉与知觉一章时,可以布置学生利用周末时间,实地考察商家如何利用消费者的感觉知觉进行营销的,并具体分析商家哪些方面做得好,哪些方面做的不好,并提出自己的改进建议。又如,在消费流行这一节中,教师可以布置作业,让学生去查阅资料,了解曾经有过的消费流行,深切的感受改革开放的成果,感受我国经济的发展与繁荣,深入贯彻“不忘初心,牢记使命”主题教育内容。最后以小组为单位,提交一个 PPT 作品,要求图文并茂,并且下次课堂上请小组代表展示作品,将其小组的主要观点与建议与大家一起分享交流。在每个小组成果展示完后,教师可以让其他小组成员对其进行评价,促进各小组之间的沟通与交流,进一步开拓思维,活跃课堂气氛,使得学生的沟通表达能力,实践能力与创新合作能力得到提升。

总之,《消费者行为学》课程思政教学改革是一个不断探索与实践的过程,是党和国家在新形势下对高校专业课教学提出的新

要求。育人是百年大计，课程思政的总目标为我们营销专业教师今后培养什么样的营销人才以及如何去培养营销人才指明了方向与道路。作为营销专业课教师，把握好《消费者行为学》课程教学这一能够融入课程思政的渠道，将课程思政与专业课有机融合，将教书与育人相结合，在知识传授中引领主流价值，将思想政治工作贯穿于教育教学全过程，使思想政治理论教育与专业教育协调同步、相得益彰，真正做到在课堂教学中全程育人、全方位育人和全员育人。

作者简介：郑少华（1978—），女，汉，湖南隆回人，湖南涉外经济学院硕士副教授，研究方向：市场营销。

参考文献：

- [1] 王伊. 市场营销专业课程思政的研究与实践——以《消费者行为分析》为例, 营销界, 2021, (03).
- [2] 邱红, 殷智红, 彭爱美, 李胜. 互联网背景下市场营销专业课程思政教育的探索与实践——以“消费者心理与行为”课程为例[J]. 北京财贸职业学院学报, 2019, (02).
- [3] 励业. 高职院校思政教育融入市场营销专业教育的路径探析[J]. 机械职业教育, 2018, (12).
- [4] 张岩, 宋京津, 关福远. 高校“课程思政”教学改革阻力与对策[J]. 高教学刊, 2020 (29).
- [5] 陈晓琴. “营销策划”实施课程思政的探索与实践[J]. 科学咨询, 2021 (33).

Practice and thinking of ideological and political teaching in consumer Behavior Science

Zheng Shaohua

Hunan College of Foreign Economics, Hunan Changsha 410205

Abstract: Ideological and politics is an important way for colleges and universities to implement the concept of moral education. This paper explores the goal of ideological and political education in the course of "Consumer Behavior", comprehensively excavates and sorts out the ideological and political education elements of the course of "Consumer Behavior", tries to skillfully penetrate into the classroom, achieve the effect of "moistening things silently", and strives to explore and innovate the ideological and political teaching.

Key words: consumer behavior; ideological and politics; teaching practice and thinking