

# “消费者行为学”实践性教学模式的构建研究

刘艳玲

广州理工学院 (广东 广州 510000)

**【摘要】**：消费者行为学是市场营销领域的重要分支之一。为了提高学生学习该门课程的学习效果，构建实践性教学模式是至关重要的。本文分析了当前的消费者行为学课程教学在某些方面存在的一些问题，在此基础上提出了“消费者行为学”实践性教学模式的构建路径。

**【关键词】**：消费者行为学；实践性教学；教学模式

## Research on the Construction of Practical Teaching Mode for “Consumer Behavior”

Liu Yanling

Guangzhou Institute of Science and Technology (guangzhou 510000)

**Abstract:** Consumer behavior is one of the important branches in the field of marketing. In order to enhance students' learning effectiveness in this course, it is crucial to construct a practical teaching mode. This paper analyzes some issues that exist in current consumer behavior course teaching in certain aspects, and based on this, proposes a construction path for the practical teaching mode of “Consumer Behavior”.

**Keywords:** Consumer Behavior; Practical Teaching; Teaching Mode

### 1 引言

消费者行为学作为市场营销专业非常重要的一门学科，对于培养学生的市场分析能力和决策能力具有重要意义。然而，在当前的教学模式下，存在着一些问题需要解决。

首先，传统的教学模式下，主要侧重于理论知识的传授，缺乏对实际问题的深入研究和实践运用。这使得学生难以将所学知识与实际市场情境相结合，无法真正理解和应用消费者行为学课程的相关理论知识。

其次，传统的教学模式下，学生的实际操作能力和解决问题的能力很难得到提升。消费者行为学作为一门应用性学科，其核心价值在于帮助企业从消费者角度理解市场需求，预测消费者行为，从而制定更有针对性的市场策略。然而，传统的教学模式难以培养学生的市场调研能力和数据分析能力，缺乏如何解决实际问题的实践环节。

总之，构建“消费者行为学”实践性教学模式势在必行。本文旨在探讨“消费者行为学”实践性教学模式的构建，以期提高教学质量，提升学生的综合素质和实践能力。

## 2 消费者行为学实践性教学模式的构建原则

### 2.1 理论与实践相结合

实践性教学模式的核心在于将理论知识与实践活动紧密结合，使学生在实践中深化对理论知识的理解，同时运用理论知识指导实践活动。因此，在教学过程中应充分利用案例分析、角色扮演、情景模拟等教学方法，使学生在模拟真实的市场环

境中进行实践操作，增强学习的针对性和实效性。

### 2.2 突出学生的主体地位

传统教学模式中，教师往往处于主导地位，学生则处于被动接受知识的状态。然而，在实践性教学模式中，应突出学生的主体地位，鼓励学生积极参与教学活动，自主探究问题，培养自主学习能力和创新思维能力。教师应作为引导者和辅助者，为学生提供必要的指导和帮助。

### 2.3 强调团队协作与沟通交流

实践性教学模式注重培养学生的团队协作能力和沟通交流能力。通过分组教学、团队协作等方式，学生可以在团队中共同完成任务，相互学习、相互帮助，共同提高。同时，通过小组讨论、汇报演讲等形式，学生可以锻炼自己的口头表达能力和沟通交流能力。

## 3 “消费者行为学”实践性教学模式的具体实施

### 3.1 教学模式设计

在构建“消费者行为学”实践性教学模式时，首要任务是明确教学目标，旨在培养学生的市场调研与数据分析能力、实际问题解决能力以及团队合作能力等多维度技能。这些目标的确立，为整个教学模式的设计提供了清晰的导向。

为了实现这些目标，必须优化教学内容，使其紧密贴合实际应用需求。教学内容应涵盖消费者行为的各个方面，如购买决策过程、消费心理机制以及消费者群体的特征分析。通过引

入相关案例、市场调研数据和实际项目，不仅能够加深学生对理论知识的理解，还能提升他们将理论应用于实践的能力。

在教学方法的选择上，实践性教学模式强调灵活多样，以适应不同学生的学习需求。案例分析、小组讨论、实践项目、角色扮演、实地考察和观察、报告与展示等方法均可被有效运用。这些方法不仅能激发学生的学习兴趣，还能通过互动与合作，促进学生对消费者行为深层次的理解与掌握。

教师在此模式中扮演着至关重要的角色，他们不仅是知识的传授者，更是学习的引导者和指导者。教师应提供丰富的资源和信息，帮助学生构建消费者行为学的知识体系，并通过设立讨论时间或一对一指导，及时解决学生的学习困惑，提供个性化的反馈与指导。

最后，设计合理的评估方式是确保实践性教学效果的关键。评估应侧重于学生的实践能力和综合能力，通过小组项目报告、实践性任务完成情况、口头展示和个人反思等多种形式，全面评估学生在实践性学习过程中的表现与成长。这种综合性的评估方式，不仅能客观反映学生的学习成果，还能为后续的教学改进提供有力依据。

### 3.2 教学资源和技术支持

在构建“消费者行为学”实践性教学模式时，教学资源和支持起着至关重要的作用。它们能够为学生提供充分的信息和材料支持，为实践性教学任务提供必要的指导和反馈。

首先，教案和案例资料是教学资源中的重要组成部分。教案可以基于实际教学情境，设计详细的教学计划和教学步骤，包括课堂活动安排、案例分析等。案例资料则是指包括真实市场案例和研究案例在内的相关资料。教师可以准备多样性的案例资料，以不同行业、不同消费者群体和市场情境为例，鼓励学生深入分析，从而提高实际应用能力。

其次，实践场所和技术设备是为学生提供实践性教学支持的关键环节。在构建“消费者行为学”实践性教学模式时，可以与相关企业或研究机构合作，提供实践场所，例如参观超市、商场或进行市场调研等。此外，教学模式还应当充分利用现代技术设备，如计算机、互联网、大屏幕显示等，为教学提供更直观、便捷的支持。

再次，为学生提供充分的信息和材料支持。教师可以向学生提供相关的学习资料、文献和研究报告，帮助学生深入了解消费者行为理论和实践。此外，通过建立专门的教学平台或在线资源库，教师可以为学生提供即时更新的信息和相关学术资源，以便学生进一步学习和研究。

最后，提供教学资源和支持应注重针对性和适应性。教师应当根据学生的学习需求和目标，合理选择和使用各种教学资源，并根据学生的实际情况和反馈，及时调整和改进教学支持措施。这样能够更好地满足学生的学习需求，提高教学效果和学生的参与度。

### 3.3 教学评估与效果评估

在构建“消费者行为学”实践性教学模式时，教学评估和效果评估是重要的环节。通过进行评估，可以全面了解实践性教学模式对学生学习效果的影响，并对教学内容、教学方法和教学资源进行调整和改进。

第一，教学评估可以关注学生的知识掌握程度。通过进行知识测试、作业评估和课堂小测验等方式，可以评估学生对消费者行为理论、模型和概念的掌握情况。这些评估可以帮助教师了解学生对基础知识的理解程度，以及对消费者行为学的相关概念和理论的应用能力。

第二，教学评估应注重评估学生的实际应用能力和解决问题的能力。通过小组项目报告、实践性任务完成、口头展示、实地考察报告、个人反思等方式进行评估，教师可以更全面地了解学生的实践能力和综合素质。评估过程中注重发现学生的优点和改进点，并为学生提供及时的反馈和建议，有助于促进学生的学习和成长。

第三，学生对实践性教学的反馈和满意度也是教学评估的重要方面。通过问卷调查、讨论会、个别面谈等方式，可以了解学生对教学内容、教学方法、教师指导和教学资源的评价和反馈。这种评估可以帮助教师了解学生的学习体验和需求，并及时改进教学措施，提高教学质量和学生满意度。

除了教学评估，还需要进行效果评估，以了解实践性教学模式对学生学习效果的影响。效果评估可以通过比较学生在实践性教学前后的学习成绩、学术表现和实践能力来进行。通过这种方式，可以直观地看到实践性教学的效果，并对教学模式进行修改和优化。

### 3.4 持续改进和优化

持续改进和优化是构建实践性教学模式的重要步骤，它需要教师不断地反思、调整和提高教学方法。构建实践性教学模式并不是一次性的任务，而是一个持续改进和优化的过程。只有在不断地改进中，教师才能更好地满足学生的学习需求，提高学生的学习效果。

首先，教师可以通过教学评估来了解教学活动中的问题和不足。教学评估是对教学质量和效果的评估，可以通过问卷调查、教学观察、学生表现评价等方式进行。通过分析教学评估的结果，教师可以发现自己在教学过程中存在的问题，比如教学内容是否合适、教学方式是否有效等。在此基础上，教师可以有针对性地进行改进，调整教学方法和策略，以提高教学效果。

其次，学生的反馈也是教师进行持续反思和改进的重要途径之一。通过及时收集学生的反馈意见和建议，教师可以了解教学活动中的问题和不足，并针对性地进行调整和改进。

再次，教师之间的交流也是持续改进的关键。教师可以参加教研活动、教学研讨会，通过与其他老师交流，获得启发和

借鉴。

## 4 结语

通过以上措施的综合应用，“消费者行为学”实践性教学模式可以更加有条理、系统和有效地构建起来。当前社会信息技术的快速发展也为构建实践性教学模式提供了有利条件。但

是另一方面，教学本身是一种动态的、不断演进的过程。这意味着不仅需要在教学开始前进行认真的规划和设计，还需要随时对教学过程和教学效果进行评估和反思，并进行改进。所以“消费者行为学”实践性教学模式的构建，是一个不断反馈不断迭代的过程。作为一名高校教师，应不断提高自身专业素养，不断深化教学理念，使学生获得更好的学习体验和成果，这将为学生的未来发展奠定坚实的基础。

## 参考文献

- [1] 俞以平. (2017). 任务驱动型教学法在《消费者行为学》三位一体教学模式中的应用. 高教学刊, (13).
- [2] 王东兴. (2016). 基于“四位一体”的《消费者行为学》应用性教学模式构建途径探析. 广东轻工职业技术学院学报, (4).
- [3] 于显辉, & 徐长冬. (2009). “消费者行为学”实践性教学模式的构建——以职业型、应用型本科院校的人才培养模式为例. 黑龙江教育: 高教研究与评估, (11).
- [4] 王刚, & 肖立容. (2020). 《消费者行为学》实践教学改革探索——以贵州商学院为例.
- [5] 李瑞华. (2009). “启发, 互动”教学模式的探讨——基于《消费者行为学》课程的特色教学方法研究. 内蒙古财经学院学报 (综合版), (2).
- [6] 邹晓燕. (2019). 基于创新能力培养的“消费者行为学”课程教学改革. 中国市场, (14).