

基于线上线下融合的消费者行为学课程思政建设路径研究

郑灿雷

电子科技大学 中山学院, 广东 中山 528400

DOI: 10.61369/ETR.2025480039

摘 要 : 本研究探讨了基于线上线下融合的消费者行为学课程思政建设路径。通过分析消费者行为学课程的特点和思政教育的重要性,提出了线上线下融合教学模式的价值,设计了消费者行为学课程思政内容体系,探讨了线上线下教学方法的创新,提出了建立教学资源平台和课程思政评价体系的思路。线上线下融合的课程思政建设能够有效提升消费者行为学课程的教学效果,培养学生的健全人格、社会责任感和职业道德。

关 键 词 : 线上线下融合; 消费者行为学; 课程思政

Research on the Construction Path of Ideological and Political Education in the Course of Consumer Behavior Based on Online-Offline Integration

Zheng Canlei

Zhongshan Institute, University of Electronic Science and Technology of China, Zhongshan, Guangdong 528400

Abstract : This study explores the construction path of ideological and political education in the course of Consumer Behavior based on online-offline integration. By analyzing the characteristics of the Consumer Behavior course and the importance of ideological and political education, it proposes the value of the online-offline integrated teaching model, designs the ideological and political content system for the course, discusses the innovation of online-offline teaching methods, and puts forward ideas for establishing a teaching resource platform and an ideological and political education evaluation system. The construction of ideological and political education integrated online and offline can effectively improve the teaching effect of the Consumer Behavior course, and cultivate students' sound personality, social responsibility and professional ethics.

Keywords : online-offline integration; consumer behavior; curriculum-based ideological and political education

2020年5月教育部印发《高等学校课程思政建设指导纲要》,明确指出“把思想政治教育贯穿人才培养体系,全面推进高校课程思政建设,发挥好每门课程的育人作用,提高高校人才培养质量”,“构建全员全程全方位育人大格局”。消费者行为学作为市场营销专业的核心课程,不仅承担着专业知识与技能传授的职能,更肩负着培养学生正确价值观和职业道德的重要使命。随着信息技术的快速发展和教育模式的持续创新,线上线下融合教学已成为高等教育改革的重要趋势。在此背景下,消费者行为学课程的改革创新需要利用新媒体、新技术深入挖掘课程内容中的思政元素,将课程思政教育融入线上线下教学的各个环节,构建基于线上线下融合教学的消费者行为学课程思政体系,实现价值塑造、知识传授与能力培养的有机统一。

一、《消费者行为学》思政课程开展线上线下融合教学模式的价值

(一) 拓展思政教育场景

通过整合线上线下资源,可有效突破传统课堂的时空局限,使思政教育更加灵活多样^[1]。消费者行为学线上学习平台(如学习通 APP)可提供丰富的文本及视频案例资源和自主学习材料,

同时为即时答疑和深度交流提供了便利,线下课堂则可侧重于讲授、提问、讨论和口头汇报。这种模式为思政教育提供了更多切入点,教师可以结合线上讨论和线下引导,帮助学生树立正确的消费观念和价值取向,培养社会责任感和职业道德。

(二) 推动教师教学理念与时俱进

线上线下融合的教学模式对教师提出了新的要求,教师需要实现三个转变:一是教学理念从知识灌输转向价值引领,教师在

基金资助: 本文受电子科技大学中山学院校级“质量工程”项目(JY202410)资助。
作者简介: 郑灿雷, 电子科技大学中山学院讲师, 研究方向为市场营销和消费者行为。

课堂提问、小组讨论、案例分析等互动过程中渗透思政元素；二是教师角色定位从讲授者变为引领者，注重培养学生自主学习和创新思维能力；三是教学技术应用从单一线下教学升级为线上线下一相融合，借助数字技术开展浸润式思政教育。这三个转变既能提升教师的专业素养和信息化教学能力，又能强化立德树人的育人实效。

（三）构建动态更新的教学资源体系

线上线下融合的教学模式依托信息技术优势，为消费者行为学思政课程注入新的活力。通过整合线上优质资源（如线上课程、文字及视频案例、时事要闻等），教师能够构建动态更新的教学资源体系，确保课程内容与时俱进，紧密契合社会热点，激发学生学习兴趣。丰富的数字化资源不仅能拓展教学广度，更能通过鲜活的时政案例深化价值引领，使思政教育既保持理论高度，又增强现实感染力，实现“润物细无声”的育人效果。

二、基于线上线下融合的《消费者行为学》课程思政建设路径探索

（一）课程思政内容体系设计

1. 核心价值观的引领

将社会主义核心价值观有机融入消费者行为课程思政建设，在知识传授中实现价值引领。如通过相关案例的剖析，融入“自由、平等、公正、法治”理念，阐释《消费者权益保护法》、《广告法》、《反垄断法》等相关法律知识，深入探讨虚假宣传、价格欺诈、数据滥用等违法行为的法律认定与后果，强化对“公平交易、诚实信用”法治原则的理解，增强学生的法治意识，使其成为社会主义核心价值观在消费领域的自觉践行者^[2]。

2. 健全人格的培养

在消费主义浪潮下，大学生群体易受营销策略影响，产生攀比心理、容貌焦虑、冲动消费与价值困惑，直接威胁其心理健康。消费者行为学课程揭示了个体如何受认知偏差、社交认同与情感营销驱动进行非理性决策等内容，通过解密营销背后的心理学机制，引导学生洞察自身需求，注重内在价值的满足，破除物质主义迷思，建立理性平和的消费心态，培养健康完整人格。

3. 正确消费观的树立

引导学生树立理性、可持续的正确消费观是消费者行为学课程思政的一项重要任务。如组织学生围绕“炫耀性消费”与“符号性消费”等主题进行价值讨论，揭示其背后的社会心理机制，培养学生对消费文化的批判性思维能力；设计“可持续消费践行周”等实践项目，引导学生在真实消费场景中实现消费观的转变。^[3]

4. 职业素养的提升

《消费者行为学》作为市场营销专业的核心课程，课程思政要围绕政治认同、家国情怀、文化自信、法治意识、诚信经营、可持续发展等，让学生通过学习，了解相关专业和行业领域的国家战略、法律法规和相关政策，引导学生深入社会实践，关注现实问题，培育学生经世济民、诚信服务、德法兼修的职业素养。

消费者行为学课程中各章节的思政元素与课程内容的融入点

见表1。

表1 《消费者行为学》课程各章节思政元素及融入点

教学内容	思政元素	融入点
1. 导论	科学精神 健康消费理念	消费者行为研究方法 炫耀性消费
2. 消费者决策过程：问题认识与信息搜集	商业伦理 信息辨别能力	消费者问题认识 网上信息搜集
3. 消费者决策过程：评价与购买	理性消费观 制度自信	冲动型购买 中国便捷的移动支付
4. 消费者决策过程：购后行为	绿色消费观 社会责任	产品与包装的处置 消费者不满与抱怨
5. 消费者的资源	正确的金钱观	消费者经济资源
6. 消费者的动机	自我实现 情绪调节能力	需要层次理论 消费者情绪
7. 消费者的知觉	健全人格 职业道德	人的五种外部感觉 注意力经济
8. 消费者的学习与记忆	认知自我 向榜样学习的能力	各种学习理论 记忆和遗忘
9. 消费者态度的形成与改变	核心价值观的内化 理性决策能力	态度的形成 态度改变
10. 消费者的个性、自我概念与生活方式	健全人格 接纳和欣赏自己 健康生活方式	大五人格模型 自我概念 生活方式
11. 文化与文化价值观	文化自信 民族自豪	中国文化形成的基础和特点 中国特色的消费文化
12. 社会阶层影响	共同富裕	社会阶层的特征
13. 社会群体影响	人的自主性 正确消费观	群体压力与从众 攀比消费、从众消费
14. 家庭影响	家国情怀 民主平等	家庭的功能 家庭购买决策
15. 口传、流行与创新扩散	网络社会责任意识 健康审美 创新意识	网络口碑 流行 创新扩散
16. 消费文化与符号消费	正确消费观 健康交往观	面子消费 关系消费
17. 可持续消费与消费者保护	绿色消费 营销道德	可持续消费 消费者权益保护

（二）课程思政教学方法创新

1. 线上自主式思政教学设计

课前阶段，教师利用线上平台发布相关学习资源（如短视频、思政案例、课件、主题讨论等），引导学生查阅资料，思考问题，激发学生学习兴趣。课中阶段，借助线上平台的“实时问答、随堂测验、投票”等功能，教师可在讲授过程中随时发起互动，激活课堂气氛，如在讲到显性动机和隐形动机时，可让学生回答“你为什么穿牛仔褲？”“中国人为什么而醉？”等，洞察学生的真实想法，并以正确价值观加以引导。课后阶段，结合思政目标布置在线作业、主题讨论或分组项目，如“你认为《哪吒2：魔童闹海》火爆的原因有哪些？”鼓励学生将课堂所学应用于实践。同时，开放在线答疑，为学生提供持续的个性化学习支持，

形成良好的师生、生生课后互动氛围^[4]。

2. 线下沉浸式体验学习设计

在消费者行为学课程的线下思政课堂中,可采用情景模拟法、案例教学法和项目教学法等体验式教学方法实现价值引领。一是情境模拟教学。如设计“伦理困境决策”场景,模拟过度包装产品营销、大数据杀熟等真实商业情境,学生分组扮演企业决策者、消费者及监管者,在角色体验中直面利益与道德的冲突。教师引导学生运用社会主义核心价值观分析决策后果,培养其商业伦理意识与社会责任。二是案例教学。如选取“大数据杀熟”、“盲盒营销”等具有伦理争议的现实案例,引导学生重点探讨企业社会责任、消费者权益保护、诚信经营等议题。三是实践项目教学。如教师可指导学生开展校园可持续消费、本土老字号品牌振兴等调研项目,促进学生将理论知识转化为服务社会的实践能力,在真实社会场域中深化对国情民情的认知,强化家国情怀与文化自信。

(三) 课程思政评价体系建设

建立与《消费者行为学》课程目标匹配的多元化评价体系,覆盖知识理解、能力运用与价值认同三个维度。在知识层面,可通过在线作业、案例分析、期末考试等方式进行;能力层面,应侧重评估学生在实践项目、小组作业及口头报告中展现的洞察分析与解决实际消费问题的能力;价值层面,则需通过观察、深度访谈及专题讨论等质性方法,考察其在内化社会主义核心价值观、职业道德、理性消费观等方面的认同程度。此外,还需构建多元评价主体,融合教师评定、小组互评与自我评价,确保评价全面客观^[5]。

三、基于线上线下融合的《消费者行为学》课程思政教师队伍与教学平台建设

(一) 课程思政教师教学能力提升

高校应在政策、资金与人员等方面构建系统化的支持体系,

助力教师在“消费者行为”课程中有效融入思政元素。例如,可组织常态化的教学研讨、专题培训与专家指导,帮助教师掌握将思政元素有机融入消费者决策模型、自我概念、消费文化等内容的方法;组建融合市场营销、商业伦理与心理学领域的跨学科课程团队,共同开发融合价值引领与专业知识的教学资源。教师自身要主动深耕消费者行为学的专业前沿,持续提升思政理论素养与信息化教学能力,精通在线课程设计与数字资源开发,以此增强课堂的吸引力与感染力,最终在扎实的知识传授中潜移默化地完成价值塑造。

(二) 课程思政教学平台建设

建设一个资源丰富、管理科学的高质量线上教学平台,是实现线上线下融合课程思政的基础性工作。平台的资源应广泛覆盖教材章节内容、课件、教学视频和音频、习题库、思政案例、实践项目等多种类型资源,并确保其系统性、前沿性与思政特色。资料可来源于教师的教学积累、期刊杂志中的优秀论文或案例(如《销售与市场》、《清华管理评论》等)、学科前沿研究成果、学生作业或竞赛中产生的优秀作品等。同时,应着力打造互动社区,引导师生就社会热点进行价值辨析,推动思政教育从单向灌输转向双向互动。通过资源整合、师生互动和生生互动,形成一个全面支持知识建构与价值塑造的线上学习生态系统^[6]。

四、结论

在“互联网+教育”深度融合的背景下,推进基于线上线下混合式教学的《消费者行为学》课程思政建设,是一项多维度协同的系统工程。通过系统优化思政内容体系、创新教学方法、完善评价机制、强化师资队伍建设与构建高质量线上教学平台,能够有效实现知识传授、能力培养与价值引领的有机统一。实施线上线下融合的教学模式,不仅顺应高教改革趋势,焕发思政教育活力,更能激发学生兴趣,提升育人实效,切实落实立德树人的根本任务。

参考文献

- [1] 教育部关于印发《高等学校课程思政建设指导纲要》的通知 [EB/OL].2020-6-1/http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/s7056/202006/t20200603_462437.html.
- [2] 余青云. 互联网+时代高校思政课程混合式教学模式研究 [J]. 淮南职业技术学院学报, 2025, 25 (01): 29-31.
- [3] 张思文, 肖晗, 赵迪. 消费者行为学课程思政实施路径研究 [J]. 中国教育技术装备, 2021, (05): 63-65.
- [4] 王艳梅, 徐明祥. 习近平生态文明思想视域下“消费者行为学”课程思政的知识与实践逻辑 [J]. 黑龙江教育 (理论与实践), 2024, (09): 10-16.
- [5] 陈素君. 线上教学中课程思政元素的发掘与教学设计——以《消费者行为学》为例 [J]. 中国新通信, 2022, 24(15): 239-241.
- [6] 李小平. 消费者行为学课程思政建设的探讨 [J]. 安徽工业大学学报 (社会科学版), 2023, 40 (06): 84-86.