

《消费心理学》课程思政教学设计

-----以“商品价格与消费心理的关系”为例

长江艺术工程职业学院经济管理系，刘群

课程类型:专业拓展课程

学科门类: 管理学

-12

课程及案例简介:《消费心理学》是一门理论与应用并重的综合性科学，是系统研究消费者行为的科学，是普通心理学在市场营销活动中的具体应用。消费心理学的研究以普通心理学、社会学、文化人类学、经济学、市场营销学等不同领域的学说或概念为基础，研究消费者在购买、消费商品或服务过程中的心理现象及其发展变化规律的科学。随着人们生活水平提高以及社会的进步，消费心理学对于经营者开展市场营销活动的意义越来越大。

“商品价格与消费心理的关系”是本课程的核心内容之一，商品是消费行为的对象，是消费者需求最终得以实现的载体，因而，与之相关的因素（如商品价格等）会直接影响消费者心理，进而影响消费者的消费行为。本案例是关于“商品价格与消费心理的关系”的课程思政教学设计。

1. 教学与育人目标

1.1 知识传授目标

- 1) 了解商品价格的心理功能。
- 2) 熟悉消费者的价格心理特征。
- 3) 掌握商品定价的心理策略。

1.2 能力培养目标

- 1) 能把握消费者的价格心理特征。
- 2) 能制定符合消费者价格心理的商品价格。

1.3 思政育人目标

- 1) 培养正确的消费价格观，避免攀比性消费、盲目性消费。
- 2) 培养良好的职业道德，诚信经营，不利用消费者的价格心理高价欺骗消费者。
- 3) 通过对定价策略的分析，激发学生理性思维，培养独立思考的能力，理性消费。

2. 教学策略与课程思政教学实施过程设计

2.1 教学策略

本节课程采用“案例渗透法”、“体验探究法”、“任务驱动法”的授课方式，通过运用互联网技术，弥补实体课堂教学时间的限制，做到线上线下联动，课内课外互补，实现信息化教学与传统课程教学的有效互补。通过讲授“商品价格与消费心理的关系”，将思政元素渗透课堂教学中，充分发挥课程思政在教学中的育人作用。

2.2 课程思政教学实施过程设计

2.2.1 搜集资料，了解价格信息(课前)

课前请学生搜集疫情期间口罩的价格信息，鼓励学生主动挖掘商品价格的心理功能、消费者的价格心理特征、价格与供求的关系等。以投屏的方式呈现学生作业，再由教师进行重点梳理。

【设计意图】通过疫情期间口罩价格的讨论、分析，展现辩证思维、逻辑思维方法与理念。

2.2.2 视频导入，启发引导(课堂导入)

视频播放：一般产品与新产品定价的策略，以当前市场上的常见的定价策略引入消费者的价格心理特征，让学生深切感受诚信经营的重要性，不利用消费者的价格心理，不高价欺骗消费者，培养良好的职业道德，引出知识点①“价格”的定义。

2.2.3 案例分析，重点掌握(课中)

1) 案例展示：“越贵越畅销的绿宝石”，启发学生思考价格与消费者需求之间的微妙关系，体现价格衡量商品价值和品质的功能。

2) 理论上升：讲解知识点②商品价格的心理功能：衡量商品价格和品质、比拟消费者的自我意识、调节消费者需求。体现从不同角度看问题的辩证思维方法。③消费者的价格心理特征：习惯性、敏感性、感受性、倾向性。体现对事物规律的把握，透过现象看本质。

【设计意图】整体上遵循由具象到抽象的思维路径以便学生接受。在理论层面由浅入深，通过对知识点的对比分析与讲解，培养正确的消费价格观，避免攀比性消费、盲目性消费。

2.2.4 翻转课堂，讨论学习(课中)

1) 翻转课堂：由教师给出具体的定价案例，让学生根据兴趣分组并自由讨论，之后由学生上台对各种定价策略进行优缺点的分析，把握不同定价的适用场景，加深对定价策略的了解。

2) 理论总结：知识点④撇脂定价、渗透定价策略、尾数定价策略、整数定价策略、声望定价策略、习惯定价策略、招徕定价策略、分级定价策略、折让定价策略。

【设计意图】通过对定价策略的分析，激发学生理性思维，培养独立思考的能力，理性消费。

2.2.5 智慧测试，深入把握(课中)

1) 智慧测试: 通过“职教云”信息化教学平台, 发布关于本节内容相关知识点的试题, 现场测试。

2) 归纳总结: 通过列表归纳不同定价策略的特点、适用范围、作用、举例, 体现系统思维、辩证思维、逻辑思维方法。

3) 课题小结: 通过知识结构图, 结合学生对本堂课知识点的掌握情况进行归纳总结。

【设计意图】通过做题、展示、点评, 体现辩证思维方法, 发挥创新、逻辑思维能力, 发扬精益求精的工匠精神。

2.2.6 拓展学习, 发布清单 (课后)

1) 拓展学习: 商品调价的心理策略。

2) 发布清单: 关于商品调价的方法发布任务清单, 让学生课后收集资料, 归纳总结商品降价、提价的技巧。

【设计意图】通过发布课后任务清单, 提高学生自主学习、探究学习、合作学习的能力, 培养学生的独立思考能力与举一反三能力。让学生在课后“动起来、忙起来”。

3. 课程思政教学实施成效与反思

3.1 课程思政教学实施成效

1) 教师提升转变思政教育意识, 主动开展思政教育。

作为课程思政的实施者和推动者, 在推行课程思政的过程中, 通过学习政治理论、观看示范课、参加思政专题研讨会及培训等方式, 教师提高了自己的思政教育能力。同时, 课程思政不仅仅停留在认识层面, 教师也树立了思政育人的理念, 注重以德施教, 起到了言传身教的作用。教师的行为规范也引发了学生的模仿, 也能促进学生提升自身的道德素养水平与健全人格的培养。

2) 教师引导学生转变学习观念, 积极融入课堂。

在消费心理学的课程中巧妙融入思政元素, 结合趣味生动的教学案例, 极大地激发了学生的学习兴趣, 充分发挥了学生的主体性。教师也可以灵活运用多种教学方式, 创设“以学生为中心”的课程氛围, 使学生转变了思想, 积极融入消费心理学的课程思政。

3) 激发学生的家国情怀, 增强爱党、爱国、爱社会的深厚情感。

根据教学需要, 选取改革发展稳定、内政外交国防、治党治国治军各方面取得的巨大成就, 以及中国特色社会主义在本地区的实践成果案例, 关注中国特色社会主义取得伟大成就背后的文化优势, 积极传播和弘扬中华优秀传统文化、革命文化和社会主义先进文化, 分析阐释蕴含其中的理论逻辑、历史逻辑和实践逻辑, 激发学生爱党、爱国、爱社会主义的深厚情怀, 增强课堂的育人效果。

4) 两条育人主线, 双管齐下, 提升铸魂育人效果。

通过消费心理学课程思政的设计与实施, 学生明确两点: 一是作为营销者利用消费心理规律开展营销活动时, 应具有诚信、勤奋的品质和取财有道的信念, 二是作为消费者, 应具

有绿色环保、勤俭节约等科学合理消费观。两条思政主线双管齐下，提高教育教学效果，达到市场营销专业高素质技术技能人才培养目标，保障市场营销人才的培养规格。

3.2 课程思政教学实施反思

由于受到教学条件和时间限制，实训课时安排较少，实训内容侧重理论，实训地点选择都在校内，缺乏校外实践、实地观察和综合实训。建议采用角色扮演、情景模拟、游戏体验、典型案例分析等多种方式开展实践教学，增加校外实践的实地观察和综合实训项目。提高实践教学比重，组织学生参加专业实践活动。完善产学研合作协同育人模式，建立专业实践育人基地，使课堂所学落实到行动中，达到知行合一，以知促行，以行求知目标，实现学生知情意合一。