

目标达成度下的消费者行为学课程教学改革

欧雅琴 高小芹 谭晓琳

巢湖学院工商管理学院

DOI:10.12238/er.v7i7.5255

摘要：本文首先对21级市场营销专业《消费者行为学》这门课程的2个课程目标达成度进行计算、分析和比较，发现课程目标2（创新能力，以下用CO2表示）的达成度明显低于课程目标1（专业知识，以下用CO1表示）的达成度。然后，通过对22级市场营销专业的《消费者行为学》可成融入短视频制作实训教学方法，来激发学生的创新能力的培养。改革实践结束后，计算22级该课程目标达成度，与21级的进行对比、分析，发现融合短视频制作实训这种教学方法能够明显提升消费者行为学这门课程的教学效果。

关键词：目标达成度；教学改革；短视频制作

中图分类号：F713 **文献标识码：**A

Teaching Reform of Consumer Behaviour Course under Goal Attainment Scale

Yaqin Ou, Xiaoqin Gao, Xiaolin Tan

College of Business Administration, Chaohu University

Abstract: This paper firstly calculates, analyzes and compares the achievement degree of two course objectives of Consumer Behavior for the marketing major of grade 21, and finds that the achievement degree of course objective 2 (innovation ability, represented by CO2 below) is significantly lower than that of course objective 1 (professional knowledge, represented by CO1 below). Through the 22 grade marketing major Consumer behavior can be integrated into the short video production practical teaching method, to stimulate the cultivation of students' innovative ability. After the end of the reform practice, the degree of achievement of the goal of the course of grade 22 was calculated, and the comparison and analysis was made with that of grade 21. It was found that the teaching method of combining short video production practical training can significantly improve the teaching effect of the course of consumer behavior.

Keywords: Goal achievement degree; Teaching reform; Short video production

引言

新文科背景下更加注重培养学生的综合运用能力以及创新能力，基于此，本文通过对《消费者行为学》课程分目标达成度的计算和分析不断探索、创新《消费者行为学》这门课程的教学方法^[1-2]。基于目标达成度的《消费者行为学》课堂教学改革研究，是指在《消费者行为学》的教学过程中，通过设定明确的学习目标，并评估学生在这些目标上的达成程度，来改革和优化教学方法和内容。

1 课程目标的设置

根据21级和22级市场营销专业的培养方案编制《消费者行为学》课程教学大纲，课程大纲和学生的学习需求，设定具体、可衡量、可达成、相关性强和时限性的学习目标，主要包括理论知识的掌握、分析能力的提升和实践技能、创新能力的培养，因此，在本门课程大纲中设置的课程目标对应培养目标中的“专业知识”和“创新能力”两大毕业要点，具体如图1所示：

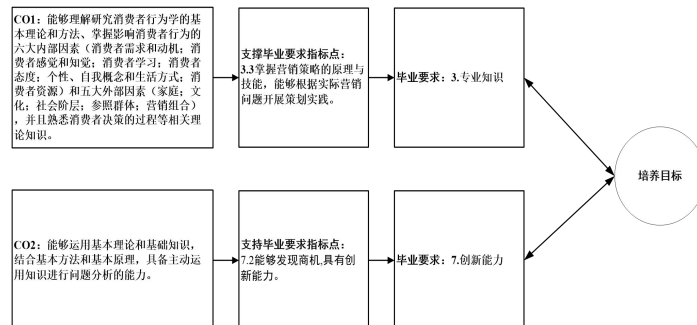


图1 课程目标对应毕业要求

2 教学改革前课程目标达成度分析

首先对未融入短视频实训教学前的21级市营学生对《消费者行为学》这门课程的目标达成度进行计算分析。本课程的考核分为平时成绩和期末考试成绩两部分，其中平时成绩各占40%，期末考试成绩占60%，平时成绩分为课堂表现（含出勤、课堂PPT汇报情况+情景模拟表现）、平时作业。

全部考核结束，根据课程大纲平时成绩和期末考试成绩的分目标权重计算出21级市场营销专业3个班级的平时成绩和期末考试成绩各个分目标的达成度，以及通过平时成绩分目标达成度和期末成绩分目标的达成度来计算《消费者行为学》课程综合分目标达成度，计算结果如表1所示：

表1 平时成绩、期末考试以及课程综合分目标达成度

类别	考核项目	平时成绩对应目标达成度		平时成绩课程分目标达成度	期末考试对应课程目标达成度	综合达成度
		课堂表现	平时作业			
课程目标	CO1	0.8875	0.8917	0.88918	0.7741	0.8201
	CO2	0.7738	0.6356	0.71852	0.6189	0.6587

通过以上对21级市营学生《消费者行为学》课程分目标达成度分析，发现CO2的综合达成度明显远低于CO1的综合达成度，说明学生的创新应用能力有待提升，在《消费者行为学》这门课程的教学过程中需要改革创新教学方法，激发学生的创新思维，提升学生的创新能力，进一步的达到培养目标。

3 教学方法改革

《消费者行为学》需要培养学生的营销策划能力、信息处理能力、创新创造能力、应变表达能力等基本技能，因此对于仅让学生去完成某次任务，使其沦为一种形式，更应该提前系统规划好问题导向的模块和实训项目，从不同的角度和不同的能力层面去训练学生，提高他们的技能^[3-4]。要加强各问题导向的模块和实训项目之间的内容逻辑联系和整体性。因此融入短视频制作教学方法，同时适当改革考核方式。

教学方法改革创新，在课程中融入短视频制作实训教学，将班级学生分为4人一组，小组每个成员都要参与短视频的拍摄中。教学过程如图2所示：

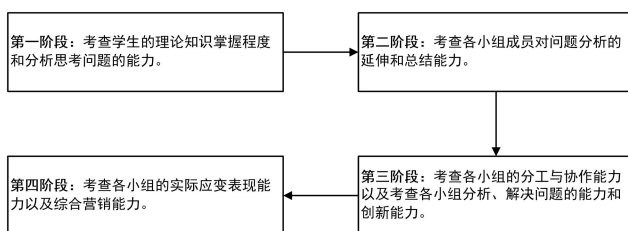


图2 教学过程4阶段

最后，每个小组在各次任务完成后分别指派一名同学演讲、总结。每部短视频，小组成员需要从以下几点对本小组制作的短视频进行分析：短视频的目标群体是？影响这部分群体产生消费的主要因素有哪些自制的短视频是如何吸引目标群体的？如何让目标群体产生消费的？

4 教学改革效果分析

通过22级《消费者行为学》课程教学的改革，计算该年度的《消费者行为学》这门课程的分目标达成度。本课程的考核分为平时成绩和期末考试成绩两部分，其中平时成绩各占40%，期末考试成绩占60%，平时成绩分为课堂表现（含出勤、课堂PPT汇报情况+情景模拟表现+短视频制作）、平时作业。同时与21级相比平时考核和期末考核的分目标比例做了适当调整。

全部考核结束，根据课程大纲平时成绩和期末考试成绩的分目标权重计算出22级市场营销专业3个班级的平时成绩和期末考试成绩各个分目标的达成度，以及通过平时成绩分目标达成度和期末成绩分目标的达成度来计算《消费者行为学》课程综合分目标达成度，计算结果如表2所示：

表2 平时成绩、期末考试以及课程综合分目标达成度（汇总）

类别	考核项目	平时成绩对应目标达成度		平时成绩课程分目标达成度	期末考试课程分目标达成度	综合达成度
		课堂表现	平时作业			
课程目标	CO1	0.9013	0.9216	0.8030	0.8030	0.8464
	CO2	0.8857	0.8858	0.7642	0.7642	0.8128

通过对表1和表2对比分析，发现无论是平时考核CO1和CO2的目标达成度、期末考核CO1和CO2的目标达成度，还是总体CO1和CO2的目标达成度都有一定程度的提升，最后在综合目标达成上CO2的提升更加明显，由此可得出：通过融入短视频制作实训的教学方法有利于提高学生对这门课程理论知识的掌握，同时也提升了学生的创新能力。有利于进一步达到课程相关培养目标的要求。

5 总结

通过以上分析发现在日常的教学过程中，需要建立完善的评估和反馈机制，设计有效的评估机制来衡量学生在各个学习目标上的达成情况，可以包括考试、作业、项目报告、口头报告等形式。同时，及时的反馈对于学生的学习改进至关重要。可以根据学生的反馈和学习成果，不断地反思和调整自身的教学手段和方法，以实现教学质量的持续提升^[5-6]。这种基于目标达成度的教学改革研究，旨在通过明确的目标导向和有效的教学实践，提高消费者行为学课程的教学效果，培养学生的实际应用能力和创新思维。

[参考文献]

[1]薛焕霞,陈绪敖.基于OBE理念的课程教学目标达成度评价与改进研究——以《成本会计》课程为例[J].商业会计,2024,(10):117-122.

[2]韦岩松,韦晖,苏安,等.夯实课程“新基建”的地方高校课程目标达成度评价研究——以河池学院“工程制图”课程为例[J].教育观察,2024,13(13):1-6+19.

[3]王梓玮,曲梦露,梁海.基于FT模式的会计学课程目标达成度评价方法研究与实践[J].山西青年,2024,(08):109-111.

[4]董洪霞,孟晓燕,刘影,等.基于OBE理念的环境化学课程目标达成度评价及持续改进[J].江西化工,2024,40(02):114-117+121.

[5]王振强.加强实验教学研究促进课程目标达成——《普通高中信息技术实验教学基本目录》解读[J].教育与装备

研究,2024,40(01):6-9.

[6]潘莹,胡立坤,耿葵花,等.基于OBE理念的课程目标达成度综合评价模型构建与应用[J].高教论坛,2023,(03):32-35.

作者简介：

欧雅琴（1991-），女，安徽省巢湖市人，巢湖学院工商管理学院，讲师，硕士研究生，主要研究方向市场营销。

基金项目：

安徽省质量工程“以短见长：短视频赋能消费者行为学教学模式创新研究”（2023jyxm0808）；安徽省质量工程“深度学习视域下混合式教学模式的构建与应用研究（2023jyxm0804）；巢湖学院2021年度校级重点教研项目“融合与创新：课程思政背景下《市场营销学》教学改革研究与实践（ch21jxyj03）；巢湖学院一流课程“消费者行为学”（ch19y1kc034）。