

# 基于BOPPPS模式的课程思政教学实践与评估 ——以《消费者行为学》课程为例

吕 芳

内蒙古医科大学卫生管理学院, 内蒙古 呼和浩特

收稿日期: 2024年11月8日; 录用日期: 2024年12月10日; 发布日期: 2024年12月17日

## 摘 要

目的: 以“消费者行为学”课程为例, 结合BOPPPS教学模式的六阶段, 将思政教育融入到课前、课中以及课后, 引领学生全程参与式学习, 实现知识传授、能力培养以及价值引领相结合的课程目标。方法: 基于BOPPPS模式, 以“消费者购买决策与购买行为”章节中的“消费者购买决策程序”知识点为例, 深入挖掘教学内容中的思政元素, 进行课程思政的教学设计和实践, 并通过问卷法对教学效果实施评估。结果: 学生对新型教学模式和课程思政内容教育的满意度较高。结论: 应用BOPPPS教学框架开展思政教育, 帮助学生塑造正确的价值观, 实现为高校培育德才兼备优秀人才的目标。

## 关键词

课程思政, 消费者行为学, BOPPPS

# Practice and Evaluation of Ideological and Political Education in Courses Based on the BOPPPS Model

## —Using “Consumer Behavior” as a Case Study

Fang Lyu

School of Health Management, Inner Mongolia Medical University, Hohhot Inner Mongolia

Received: Nov. 8<sup>th</sup>, 2024; accepted: Dec. 10<sup>th</sup>, 2024; published: Dec. 17<sup>th</sup>, 2024

## Abstract

**Objective:** To integrate ideological and political education throughout the entire learning process in the “Consumer Behavior” course, this study employs the BOPPPS teaching model across pre-class,

in-class, and post-class stages. The aim is to engage students in active learning and achieve educational goals that combine the imparting of knowledge, cultivation of skills, and guidance of values. Method: Utilizing the BOPPPS model, this study focuses on the “Consumer Purchase Decision Process” within the “Consumer Purchase Decision and Behavior” chapter. It delves into the ideological and political elements within the teaching content, designs and implements ideological and political education in the curriculum, and assesses the teaching effectiveness through a questionnaire survey. Results: The students have shown a high level of satisfaction with the innovative teaching model and the integration of ideological and political content in the curriculum. Conclusion: The application of the BOPPPS teaching framework for ideological and political education is effective in helping students develop correct values, aligning with the goal of cultivating well-rounded talents with both moral integrity and professional excellence in higher education institutions.

## Keywords

Course Ideology, Consumer Behavior, BOPPPS Model

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

## 1. 引言

“培养什么人、怎样培养人、为谁培养人”是我国高等教育必须回答的根本问题。2016年12月，习近平总书记在全国高校思想政治工作会议上指出：“要用好课堂教学这个主渠道，思想政治理论课要坚持在改进中加强，提升思想政治教育亲和力和针对性，满足学生成长发展需求和期待，其他各门课都要守好一段渠、种好责任田，使各类课程与思想政治理论课同向同行，形成协同效应[1]。”2020年，教育部印发了《高等学校课程思政建设指导纲要》，该《纲要》强调了专业课程在思政教育中的核心作用，课程教学应融合马克思主义的视角和科学精神，以提升学生分析和解决问题的能力[2]。这要求教师在课程设计和实施中，要结合学科特点、课程内容和学生的专业背景，提炼出与本专业、学科和课程相契合的科学精神。教师应始终以社会主义核心价值观为导向，将价值观培养、知识教育和能力提升紧密结合，以实现课程的教育目标[3]。

消费者行为学是市场营销专业的核心课程。该课程深入探讨消费者的购买心理、行为模式和决策过程，以及影响因素等，旨在为企业制定有效的市场策略提供理论支持。然而，社会上对商业行为的一些负面看法，以及学生不成熟的价值观念，可能会对课程内容产生不利影响。所以，有必要在教学中整合思想政治教育的元素，挖掘课程的独特价值和优势，提炼出课程中蕴含的积极文化资源[4]。因此，文章以“消费者行为学”课程为例，结合BOPPPS教学模式的六阶段，将思政教育融入到课前、课中以及课后，引领学生全程参与式学习，实现知识传授、能力培养以及价值引领相结合的课程目标。

## 2. 国内外文献综述

国外没有思想政治教育专业，思想政治教育是中国特色社会主义的特色专业，因此文献研究集中在国内。

在消费者行为学课程思政研究方面。张思文、肖晗、赵迪和叶大鹏着重提取了与本课程相关的诸如“社会主义核心价值观”“爱国情怀与民族自豪感”“人类命运共同体”“工匠精神”“行业伦理”“人生观、世界观、价值观与消费观”“文化的兼容并包思想”“网络文明理念”“经济新常态”“实践认识

论”“乡村振兴”“健全人格”等思政元素点[4][5]。邱红、殷智红、彭爱美和李胜等学者采用成果导向教学法，通过课堂讨论、自主学习、层层递进等教学方式将“爱国情怀”“法制意识”“社会责任”“文化自信”“人文精神”等思政元素融入课程教学中[6]。

在 BOPPPS 教学法应用于消费者行为学课程研究方面。陆燕、陈俊按照 BOPPPS 模型将课程教学过程分为引入、目标、前测、参与式学习、后测、总结六个阶段并利用专业校企联合育人平台以及课程群，开展项目导向教学(PBL) + 团队学习(TBL)的教学活动[7]。李亚林则探讨了 BOPPPS 的概念起源和教学设计结构，并对 BOPPPS 在消费者行为学课程中的应用提出了几点心得体会[8]。

综上所述，针对消费者行为学国内研究集中于课程思政点挖掘或是 BOPPPS 教学法在课程中的应用，而对于两者的结合研究较少，故文章将 BOPPPS 教学模式与思政教育相结合，研究消费者行为学课程教学设计。

### 3. BOPPPS 混合教学模式设计

BOPPPS 教学模式包括六个阶段，即课堂引入(B)、教学目标(O)、课堂前测(P)、参与式学习(P)、课堂后测(P)和课堂总结(S)，将这六个阶段融入到课前、课中及课后教学过程中，具体设计如图 1 所示：

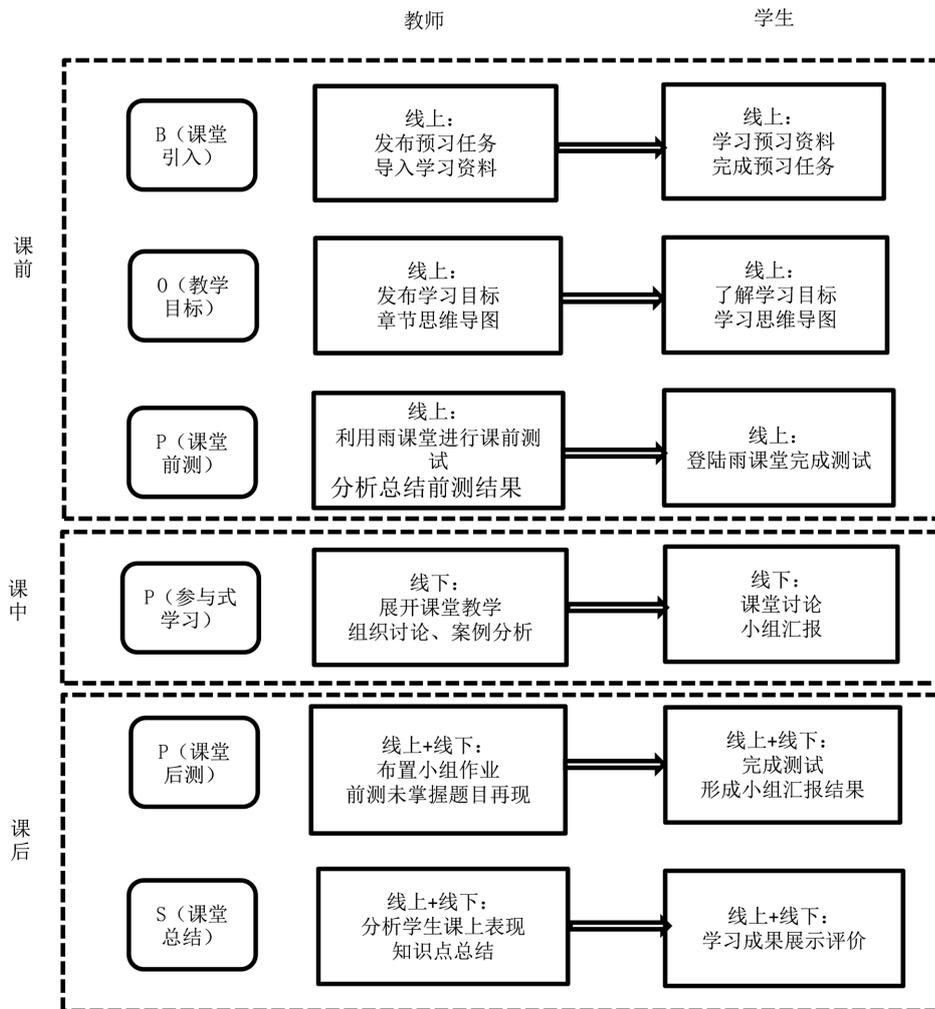


Figure 1. Design of the BOPPPS blended teaching model  
图 1. BOPPPS 混合教学模式设计

## 4. 教学实践过程

以消费者购买决策程序和原则为例，基于 BOPPPS 教学模式将课程思政元素融入到课堂教学中。

### 4.1. 课前

由教师通过雨课堂发布课前预习材料，包括预习任务、学习目标、章节思维导图、PPT 课件、慕课视频，以及课堂前测试题。学生登录雨课堂按照教师发布的预习任务完成线上学习和前测试题。

### 4.2. 课中

#### 4.2.1. 导入新课

首先，通过提出问题“想象一下，你走进一家超市，看到琳琅满目的商品，你是如何决定买哪个牌子的薯片，或者选择哪个口味的冰淇淋？”等，引起学生的学习兴趣。其次，通过引用生活中的实例，比如：小明在网上看到了一款新手机，他是怎么决定是否购买的？以此引出消费者购买行为模式和消费者购买决策的相关知识。最后，重申课程目标和意义。

#### 4.2.2. 知识讲授

首先，在讲解消费者认知需求和收集信息的阶段，引出理性消费的概念。具体介入方式如下：

采用讲授法讲解认知需求和信息收集的内涵。先讲解认知需求的内涵：消费者因其自身的生理或心理需要而产生对某类商品的特定需求，当该种需求未被满足时，期望满足的心理状态与现实缺乏的状态之间就会形成差异，这种差异就构成了一种刺激，而这种刺激可以是来自个体自身未满足的需要，如饥饿、寒冷等，也可以来自外部环境，如广告刺激、他人推荐等，经内外刺激就会引起消费者对自身的需求认知[9]。而消费者对自身的需求认知有时会出现偏差，会在外界刺激下可能做出非理性的需求认知。再讲解信息收集的内涵：消费者在认知需求的基础上，受到满足需求的动机驱使，开始通过多种渠道广泛地进行信息收集[9]。在收集信息过程中，消费者在受到需求的迫切程度、对商品的了解程度、信息获取的难易程度，以及社会文化背景和个人价值观等因素的影响下，消费者会忽略收集关键信息，从而做出错误的购买决定，即产生非理性的消费行为。

在引出理性消费概念之后，采用案例教学法进行课程思政。具体做法如下：

通过解读《2024 中国大学生消费行为调查研究报告》中的中国大学生超前消费情况分析和中国大学生消费影响因素分析两部分内容和《冲动消费调查：近八成大学生有网购不实用物品的经历》的调查报告，让学生了解许多大学生在网购时常常受到冲动的驱使，购买了大量不实用的物品。这不仅造成了经济上的浪费，也反映了一种不健康的消费观念。案例教学旨在教育学生认识到理性消费的重要性，培养他们面对消费诱惑时的自控力，学会在满足需求的同时，考虑成本、价值和个人财务状况，从而实现“俭以养德”。然后再播放公益短片“理性消费”，倡导大学生理性消费，树立正确的消费观。最后，深入探讨如何通过教育和文化引导，提高大学生信息识别和处理的能力，帮助他们做出更加明智的消费选择。

其次，在讲解消费者择优决定阶段，强调企业的社会责任感。具体介入方式如下：

先讲解择优决定的内涵并融入思政元素。择优决定内涵：消费者在对各种方案进行比较后，会选择能最大限度满足自身需求的方案，也就是最优方案[9]。而在择优决定中，消费者不仅比较产品性能，还考虑企业的社会责任感。消费者更倾向于选择那些对安全问题负责并积极沟通改进的企业。在引出企业社会责任感概念后，再通过例子通用汽车生产的 Bolt EV 电动汽车在使用过程中发生了电池起火事件，引起了消费者的高度关注。通用汽车迅速对事件进行了调查，确认了电池制造过程中存在缺陷，并主动召回了存在风险的 Bolt EV 车型，积极与电池供应商 LG 合作改进电池设计和制造工艺，提高产品的安全

性,同时为召回的车辆提供免费的电池模块更换服务。强调企业的社会责任感会影响消费者的购买决策。以此教育学生认识到企业社会责任的重要性,以及对建立品牌信誉和消费者忠诚具有长期影响。

再次,在讲解消费者购后决定阶段,强调消费者权益保护的重要性。具体介入方式如下:

先讲解购后评价的内涵并融入思政元素。购后评价内涵:消费者会根据实际使用所购商品的真实感受来评价商品的质量水平,从而验证购买决策是否正确[9]。消费者会通过反馈和评价来行使自己的权益,包括投诉、退换货和维权等。在引出消费者权益保护概念后,再通过例子“三星智能手机 Galaxy Note7 在使用过程中发生了电池过热甚至起火的安全问题,并且消费者通过社交媒体、消费者论坛和官方渠道表达了对 Note7 安全的担忧和不满,行使了购后评价权。三星公司在接到消费者投诉后积极进行响应,确认了电池设计存在缺陷,并宣布全球召回 Note7,为消费者提供全额退款或换购其他型号手机的选择。”展示消费者在购后评价阶段权益保护的重要性。以此教育学生认识到在购后评价阶段积极行使自己的权利对企业行为的重要影响,以及企业在维护消费者权益方面的责任。

最后,在讲解消费者购买决策的原则时,引入道德考量在决策中的作用。具体介入方式如下:

通过讲授法讲解制定购买决策原则的内涵,包括最大满意原则、最小化付出原则、最大化可解释性原则和最小化负面情绪原则[9]。其中,消费者在追求最大化满意原则和最小化付出原则时,道德考量也会成为一个重要的决策因素。在引出道德考量观念后,通过例子“个人护理产品(如洗面奶、牙膏等)中广泛使用塑料微珠,这些微珠由于尺寸小,无法在污水处理过程中被完全过滤,最终进入水体,对海洋生态系统造成严重污染。消费者通过新闻报道和环保组织的宣传了解到塑料微珠对环境的潜在危害,开始避免购买含有塑料微珠的产品。而这一举动也迫使一些个人护理品牌开始更改产品配方,去除塑料微珠成分。”展示了消费者因道德考量而改变购买行为,强调了道德考量在消费者购买决策中的重要性。以此教育学生在遵循购买决策制定原则的基础上也要加入道德考量。

### 4.2.3. 小组讨论交流

学生分组进行讨论交流,每组探讨以下问题:

- 1) 日常生活中有哪些非理性消费行为?
- 2) 非理性消费行为的成因是什么?
- 3) 如何从个人和社会层面促进理性消费?

然后由每组选出代表,分享交流讨论结果和观点。最后由教师对学生的讨论交流进行点评,结合学生讨论结果和相关文献资料分析在购物决策各阶段中产生非理性消费行为背后的心理和社会因素,强调理性消费的重要性,并进行课堂总结。

## 4.3. 课后

结合课堂前测的结果和课上学生的表现形成课后的测试题,帮助学生巩固课上所学的知识。同时,给出两个不同的案例资料,要求学生应用课堂所学知识撰写案例分析报告。教师可根据学生上交的案例分析报告,查看是否提到“理性消费观”或“社会责任感与消费者权益保护意识”或“道德考量”相关内容,根据提到该内容的学生比例综合评价本节课课程思政教育的效果。

## 5. 教学效果评估

### 5.1. 教学成绩评估

教学实施效果评价由过程性评价和终结性评价两部分构成。过程性评价占比 40%,包括平时作业和小组作业,终结性评价占比 60%,由期末试卷成绩组成。

### 5.1.1. 平时作业完成情况

授课期间,共发布了 17 次课堂作业,学生完成情况较好,作业完成率为 93.4%,平均得分为 70.3%,如图 2 所示:



Figure 2. Completion status of regular assignments  
图 2. 平时作业完成情况

### 5.1.2. 期末成绩分布情况

期末成绩呈正态分布,最高分 92 分,最低分 60 分,平均分 76.23 分,及格率 100%,如图 3 所示:

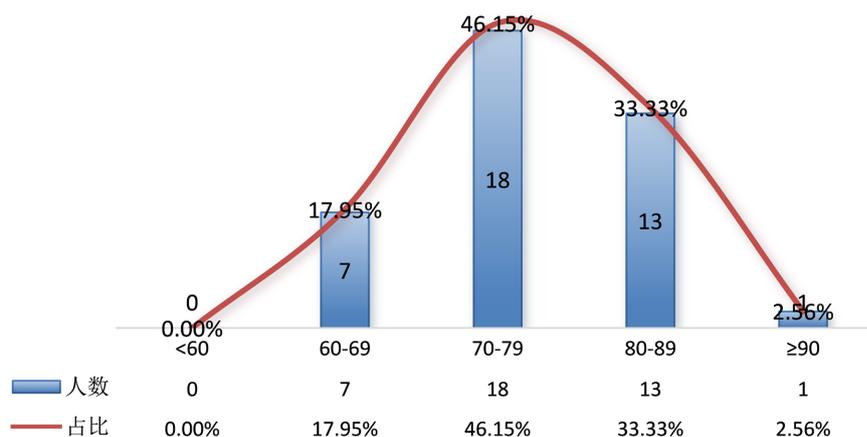


Figure 3. Distribution of final grades  
图 3. 期末成绩分布

## 5.2. 教学模式的满意度评估

通过问卷调查学生对教学模式的满意度,共设置 12 个题项,并采用李克特五级量表设置选项,即“非常同意”“同意”“一般”“不同意”和“非常不同意”,结果如表 1 所示。

Table 1. Satisfaction with the teaching model

表 1. 教学模式的满意度

题目\选项	非常同意	同意	一般	不同意	非常不同意	平均分
新教学模式能够激发我的学习积极性和主动性	20 (52.63%)	11 (28.95%)	7 (18.42%)	0 (0%)	0 (0%)	4.34
新教学模式下我很明确地知道每节课的学习目标是什么	20 (52.63%)	15 (39.47%)	3 (7.89%)	0 (0%)	0 (0%)	4.45
课前告知我应该学习的内容和目标能够更让我专注在课堂中寻找相应的知识点	22 (57.89%)	12 (31.58%)	4 (10.53%)	0 (0%)	0 (0%)	4.47

续表

慕课视频的课前导入能够激发我的听课兴趣	19 (50%)	12 (31.58%)	6 (15.79%)	1 (2.63%)	0 (0%)	4.29
课程中的小组讨论或案例分析等互动环节对你的学习帮助很大	22 (57.89%)	13 (34.21%)	3 (7.89%)	0 (0%)	0 (0%)	4.5
小组协作中,我能很好地与他人合作并取得满意结果	23 (60.53%)	11 (28.95%)	3 (7.89%)	1 (2.63%)	0 (0%)	4.47
通过听不同小组的作业汇报能够打开我的思维	23 (60.53%)	11 (28.95%)	4 (10.53%)	0 (0%)	0 (0%)	4.5
以小组为单位完成一项任务能够减轻工作量也能学到很多东西	21 (55.26%)	15 (39.47%)	2 (5.26%)	0 (0%)	0 (0%)	4.5
单元先测的结果能激发我学习的欲望	19 (50%)	15 (39.47%)	4 (10.53%)	0 (0%)	0 (0%)	4.39
课中的互动交流有助于学习和理解课程知识的内容	23 (60.53%)	10 (26.32%)	5 (13.16%)	0 (0%)	0 (0%)	4.47
课后总结和反思帮助我学好这门课程	22 (57.89%)	12 (31.58%)	4 (10.53%)	0 (0%)	0 (0%)	4.47
我喜欢《消费者行为学》课程的教学模式	20 (52.63%)	14 (36.84%)	3 (7.89%)	0 (0%)	1 (2.63%)	4.37

问卷调查结果显示,学生们对新实施的教学方法表示出了明显的偏好。这种新颖的教学策略有效地提高了学生的参与度和主动学习的热情。在整个学习过程中,学生们能够清晰地认识到每节课的学习目标,这有助于引导他们的学习方向。此外,课程开始前的小测试显著提升了学生对即将学习内容的好奇心,而预先提供的教学视频成功吸引了学生对课程内容的关注。在小组合作任务中,学生们展现出了积极的参与度,并且通过与队友的有效协作,实现了令人满意的成果[7]。

### 5.3. 思政教育满意度评估

笔者从两个维度设计了调查问卷,即“课程思政内容的满意度”和“课程内容对学生价值观塑造”,每个维度都包含5个题目,并采用李克特五级量表设置选项,即“非常同意”“同意”“一般”“不同意”和“非常不同意”,结果如表2和表3所示。

**Table 2.** Satisfaction with the course's ideological and political content

**表 2.** 课程思政内容的满意度

题目\选项	很满意	满意	一般	不满意	很不满意	平均分
您对课程中融入的思政内容的总体满意度如何?	22 (57.89%)	15 (39.47%)	1 (2.63%)	0 (0%)	0 (0%)	4.55
您对课程中思政内容的呈现方式(如讲授、讨论、案例分析等)满意吗?	23 (60.53%)	14 (36.84%)	1 (2.63%)	0 (0%)	0 (0%)	4.58
您对课程思政内容与《消费者行为学》的专业知识有机结合的程度满意吗?	22 (57.89%)	15 (39.47%)	1 (2.63%)	0 (0%)	0 (0%)	4.55
您对课程中思政元素融入的深度和广度满意吗?	16 (42.11%)	18 (47.37%)	4 (10.53%)	0 (0%)	0 (0%)	4.31
您对课程中思政元素的时效性满意吗?	19 (50%)	15 (39.47%)	4 (10.53%)	0 (0%)	0 (0%)	4.39

**Table 3.** The shaping of students' values by course content**表 3.** 课程内容对学生价值观的塑造

题目\选项	非常同意	同意	一般	不同意	非常不同意	平均分
教师选用的热点时事有助于我形成正确的人生观、价值观和世界观	20 (52.63%)	15 (39.47%)	3 (7.89%)	0 (0%)	0 (0%)	4.45
教师导入的名言警句让我感受到中国传统文化的魅力	19 (50%)	14 (36.84%)	5 (13.16%)	0 (0%)	0 (0%)	4.37
教师选用的案例帮助我完善自身的价值观体系	20 (52.63%)	14 (36.84%)	4 (10.53%)	0 (0%)	0 (0%)	4.42
教师设计的课后小组作业让我有了自我规划的意识	23 (60.53%)	13 (34.21%)	2 (5.26%)	0 (0%)	0 (0%)	4.55
本门课程有助于我的价值塑造	21 (55.26%)	13 (34.21%)	4 (10.53%)	0 (0%)	0 (0%)	4.45

就课程思政内容的满意度而言，学生对思政内容的呈现方式、时效性、深度和广度，以及与专业知识的结合表现出较高的满意度。就课程内容对学生价值观塑造而言，学生能在关注时事热点中形成自己的人生观、价值观和世界观；能从教师导入的名言警句中感受到中国传统文化的魅力；能在分析课程案例时对照完善自身的价值观体系；并在完成小组任务过程中形成了自我规划意识。因此，将思政教育融合到 BOPPPS 教学模式中的混合式教学法，对培养学生的价值观产生了正面影响，并有效地完成了高等教育中市场营销专业在道德教育和人才培养方面的根本任务[10]。

## 6. 结语

综上所述，应用 BOPPPS 教学框架的营销课程展现出明显的结构化和模块化优势。教育者可以依托这一模式的六个关键组成部分，精准挖掘并利用各部分内蕴含的思政教育资源。这有助于学生在知识学习的同时，逐步吸收积极的思想和文化，进而塑造正确的价值观和优秀的思维品质。展望未来，我们期待教师们能深刻理解 BOPPPS 模式的精髓，有效结合课程思政教育，持续优化营销课程的思政教学策略，以培育更多德才兼备的营销领域专业人才。

## 致 谢

在文章的研究和撰写过程中，得到了许多人的支持和帮助，在此表示衷心的感谢。首先，要感谢项目组的所有成员，他们为这项研究提供了宝贵的见解。还要感谢内蒙古医科大学对于项目的资金支持，帮助我们的研究工作得以顺利进行。此外，还要感谢所有参与问卷调查的学生，没有他们的参与和贡献，我们的研究将无法完成。最后，我们对匿名审稿人的宝贵意见和建议表示感激，他们的意见帮助我们提高了文章的质量。我们对所有在这项研究中给予帮助和支持的人表示最深切的感谢。

## 基金项目

本文系内蒙古医科大学 2024 年思想政治专项基金项目“基于 BOPPPS 混合教学模式的课程思政建设路径探究与实践——以‘消费者行为学’课程为例”(编号: YKD2024SXZZ023)的研究成果。

## 参考文献

- [1] 中华人民共和国教育部. 习近平总书记谈高校思政: 把思想政治工作贯穿教育教学全过程[EB/OL]. [http://www.moe.gov.cn/jyb\\_xwfb/xw\\_zt/moe\\_357/jyzt\\_2017nztzl/2017\\_zt11/17zt11\\_xjpjysx/201710/t20171016\\_316349.html](http://www.moe.gov.cn/jyb_xwfb/xw_zt/moe_357/jyzt_2017nztzl/2017_zt11/17zt11_xjpjysx/201710/t20171016_316349.html), 2017-10-16.

- 
- [2] 中华人民共和国教育部. 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]. [http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/s7056/202006/t20200603\\_462437.html](http://www.moe.gov.cn/srcsite/A08/s7056/202006/t20200603_462437.html), 2020-06-01.
- [3] 聂晓颖. 课程思政视域下基于 BOPPPS 的混合式教学实践研究——以“数据结构与算法”为例[J]. 科教文汇, 2021(14): 100-102.
- [4] 叶大鹏. 高职院校“消费者行为分析”课程思政元素融入点探析[J]. 经贸人才, 2021(23): 82-84.
- [5] 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(5): 63-65.
- [6] 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, 35(2): 42-59.
- [7] 陆燕, 陈俊. 基于 BOPPPS 模型的消费者行为学课程教学模式设计[J]. 科技视界, 2022(9): 102-104.
- [8] 李亚林. BOPPPS 教学设计原理及其应用研究——以“消费者行为学”课程为例[J]. 兰州教育学院学报, 2020, 36(9): 90-92.
- [9] 江林, 丁瑛. 消费者心理与行为[M]. 第 7 版. 北京: 中国人民大学出版社, 2022: 168-169.
- [10] 周韦. BOPPPS 教学模式下的“课程思政”建设的实践与反思——以商务英语专业《管理学》课程为例[J]. 海外英语, 2021, 10(25): 28-33.