

高职中澳合作《消费者行为分析》教学模式构建

——以广东食品药品职业学院中澳合作教学为例

刘晓丹

(广东食品药品职业学院, 广东 广州 510520)

摘要 中澳合作《消费者行为分析》是中方引进澳大利亚TAFE体系中的专业核心课程,其具有独特的课程特点、教学设计理念与思路,在授课过程中应该探讨课程本土化的教学模式:presentation教学、案例分析教学以及英文原版电影教学,以创新中澳合作高等职业教育教学模式。

关键词 中国;澳大利亚;消费者行为分析;教学模式

中图分类号 G712 **文献标识码** A **文章编号** 1008-3219(2013)05-0032-03

澳大利亚TAFE(Technical and Further Education)体系即技术与继续教育体系,作为国际上比较成功的职业教育模式已经被国内许多高职院校引入。2005年广东食品药品职业学院与澳大利亚博士山学院(Box Hill Institute)开展合作办学,2006年开始高考专科层次招生,学生毕业时获得中澳双方大专文凭。《消费者行为分析》(BSBMKG402B: Analyse consumer behaviour for specific markets)是澳大利亚TAFE培训包BSB07 Diploma of Marketing中的专业核心课程,引进后采用英文授课。广东食品药品职业学院经过几年的教学实践,对该课程教学进行改革。

一、中澳合作《消费者行为分析》课程特点

消费者是市场的主体,其行为直接影响和决定企业市场营销的战略选择。因此,以消费者行为为研究对象的“消费者行为分析”已经成为市场营销理论的重要组成部分。作为澳大利亚TAFE培训包中市场营销专业第二阶段的课程,《消费者行为分析》培养学生在具体市场中分析消费者行为所需的能力和知识,市场营销人员通过分析消费者行为去验证影响消费者在购买产品和接受服务过程中作出决策的因素,并基于对消费者的态度和行为的分析,给出合理的市场营销策略建议,以提高产品和

服务的消费。该门课程,具有以下特点。

(一)能力指标细化

在澳大利亚培训包中,对本课程的能力点作出了详细规定,教学内容的组织要基于其能力点的规定,具体如下:一是确认产品或服务市场。根据市场计划来收集产品或服务市场和细分的信息;从市场概述或存在的客户数据中辨识出市场或细分中的消费者特点;根据市场营销计划识别和衡量产品或服务的特点。二是衡量现有消费者的兴趣。通过分析已实施活动和未来趋势调查消费者的需要;评估过去市场营销活动和市场定位;确定影响消费者行为的因素,同时衡量其对产品、服务

收稿日期:2013-01-21

作者简介:刘晓丹(1979-),女,辽宁沈阳人,广东食品药品职业学院讲师。

的影响程度:个人影响、社会影响、生活方式影响、组织行为影响。三是对产品或服务的市场营销策略提出消费者的诉求焦点。针对消费者内在、习得需要和动机的诉求来制定市场营销策略;陈述消费者诉求焦点的根本原因在于概括出其如何影响消费者行为,并用来确定有效的市场营销策略;消费者的诉求焦点满足了法律和道德的责任,满足了市场计划预算上的要求。

(二)培养职业技能具体化

《消费者行为分析》主要培养学生的沟通能力,团队合作能力,解决实际问题能力,计划和组织能力,自我管理能力和学习能力,收集、分析和整理信息能力,运用技术手段能力以及创造和进取能力。

(三)考核形式灵活多样

澳大利亚 TAFE 体系中的考核形式灵活多样,并且采取分阶段的方式进行考核。《消费者行为分析》的考核以案例分析、小组讨论、项目报告及模拟展示、期末笔试的方式进行。其中,课堂出勤占总成绩的 10%,案例分析占 20%,小组讨论占 10%,项目报告及模拟展示占 30%。根据不同年级学生的特点,考核方式每年进行不同的调整。

(四)注重教学内容的更新

根据行业发展的最新动向和要求,确保与行业对工作岗位关键能力发展的要求保持同步,每五年,澳大利亚 TAFE 体系会对培训包的内容进行升级,不断调整培训包中能力模块的组合。《消费者行为分析》所属的培训包由原来的 BSB01 升级到现在的 BSB07,能力指标更加细化,进一步满足了岗位

和行业的需要。相应地,教材也进行了更新。《消费者行为分析》由原来使用的英文原版教材(Pearson 出版 Leon Schiffman)“Consumer Behaviour”2005 年的第 3 版升级为 2008 年的第 4 版,内容和案例都随之更新。

二、中澳合作《消费者行为分析》的教学模式

(一)Presentation 具体实施过程设计

Presentation 是高职中澳合作市场营销课程教学中经常应用的一种方法,通常翻译为讲解、介绍、展示,在高职中澳合作市场营销课程教学中是指教师设定情境,布置项目,学生完成之后,通过应用语言表达、非语言表达、实物展示、角色扮演等技巧陈述观点、结论、报告等,然后回答教师与其他学生问题的形式。

项目(任务)的设计。例如,假设你是投资公司的经理,你们公司打算进入某个市场,你的任务是选取某种产品进行消费者行为分析,制定市场报告(英文题目: The Analysis of Consumer Behaviour for XX)。“每组需要做一份消费者行为分析报告,然后进行 10 分钟的课堂阐述,内容包括:产品介绍、消费者行为分析(如人口统计特点、需要和动机、个性、认知、参与度、态度、生活方式、社会影响、家庭影响、文化影响等)、市场策略(如何满足消费者需要、如何迎合消费者喜好)、产品组合传播策略等。”

教师对学生准备 Presentation

进行指导。教师在详细讲解项目之后,给学生充分的讨论与准备时间,在此过程中,教师要深入参与小组讨论,对学生的 Presentation 技巧进行相应的指导和训练。

Presentation 的评价标准。教师在设计项目内容评价标准的同时,设计该项目 Presentation 的评价标准,并且与项目一起布置给学生,让学生参照评价标准去准备 Presentation。Presentation 的评价标准点如下:开头(Opening)、主要观点(Main ideas)、辅助手段(Aids)、策略(Stratgy)、语言表达(Verbal Communication)、非语言表达(Non-verbal Communication)、结尾(Ending)、小组总体印象(Team Expression)。

(二)案例分析的过程设计

案例设计。《消费者行为分析》案例设计的首要工作是解读能力指标,深入了解学生的特点和学习习惯,结合教材内容,确定教学思路,设计教学案例。例如,《消费者行为分析》能力指标中“确定影响消费者行为的因素,同时衡量其对产品、服务的影响程度:个人影响、社会影响、生活方式影响、组织行为影响”,结合教材第 8 章“购买者行为的社会影响”选取国外百事可乐广告、宝洁公司飘柔洗发水等不同类型的广告作为案例。

案例分析的实施。首先,在广告播放之前,教师对基本知识点进行讲解,结合广告使学生明确学习目标。如本次案例分析的目的是不同类型的广告、传播渠道、传播信息对消费者购买行为的影响。其次,引导学生关注广告中所传递

的信息,组织学生进行探究性学习、自主学习和合作学习。

案例分析的评价。针对学生案例分析的结果,给予学生及时的评价,并鼓励学生之间互相评价。同时,教师反思自己的教学理念,提炼教学经验。

(三)英文原版电影教学的实施过程设计

英文原版电影的选取。首先,电影情节必须涉及消费者购买行为,或者故事的主题涉及消费;其次,电影的语言要丰富、内容要健康,电影教学的目的是在真实的语言环境下增强学生对知识的感性认识,同时体验文化,因此限制级的电影不在选择范围之内;再次,电影要有中英文字幕,长度适中,以满足不同语言水平的学生需要。基于上述几点,《消费者行为分析》选取了美国电影《一个购物狂的自白》(“Confessions of a

Shopaholic”)。该片讲述了纽约女孩丽贝卡对购物充满热情,本着“只要喜欢,不买可惜”的信条无法控制自己的购物欲,一次次陷入财务危机,最终改变购物成瘾习惯,彻底跟购物狂的自己说再见的故事。

电影教学实施。在播放电影前,教师应给学生讲解一定的背景知识和内容概要,帮助学生理解影片内容,确定教学目标。然后,教师针对整个影片制定教学任务,设置问题。电影《一个购物狂的自白》涉及消费者的需要、动机、个性、态度、决策等方面内容。因此,在观看电影之前,布置如下任务:
1.What is the girl's personality?
2.Analyze the girl's need based on the Maslow's hierarchy of needs.
3.What factors influence the girl's decision?
观看电影之后,教师引导学生进行小组讨论。

最后,针对学生的讨论结果,教师及时给予总结,对各组的讨论给予评价。

参考文献:

- [1]曹亚东.《消费者行为学》情景模拟教学模式的设计与探索[J].学理论,2011(8):211-213.
- [2]德尔·I·霍金斯,罗格·J·贝斯特,肯尼思·A·科尼.消费者行为学(第七版)[M].北京:机械工业出版社,2001.
- [3]姚琦.情景模拟教学在《消费者行为学》课程中的运用[J].全国商情:理论研究,2011(2):92-93.
- [4]张建香,王会宗.消费者行为学课程教学改革的探索[J].天津市财贸管理干部学院学报,2006(2):37-38.
- [5]姚金鑫,郝文艺,董绍增.项目训练教学法在消费者行为学教学中的应用[J].价值工程,2010(1):120-121.
- [6]薛红燕,杨东红.消费者行为学创新教学方法的应用探索[J].中国市场,2011(5):146-147.

Construction of Teaching Mode of Sino-Australia Cooperative “Consumer Behavior Analysis” in Higher Vocational Schools

——The Case of Sino-Australia Cooperative Teaching of Guangdong Vocational College of Food and Drug

LIU Xiao-dan

(Guangdong Vocational College of Food and Drug, Guangzhou Guangdong 510520, China)

Abstract Sino-Australia cooperative “Consumer Behavior Analysis” is one of professional core courses, which is introduced by China from Austrian TAFF system. Due to its specific course characteristic and teaching design idea, it is critical to introduce the teaching modes to localize the course in teaching process, such as the presentation teaching mode, the case analysis teaching mode and the original English movies teaching mode, so as to innovate the teaching mode of Sino-Australia cooperative higher vocational education.

Key words China; Australia; consumer behavior analysis; teaching mode