

第6堂 聪明消费者

(生活适应)

心理班会课——孙晶



聪明消费者——生活适应

一、活动目的

- 1.通过“趣味购物车”活动来活跃氛围，引发学生对消费行为的思考。
- 2.通过“消费观察站”活动，思考广告对消费行为的影响，讨论，归纳不合理的消费行为。
- 3.通过“慧眼识商品”活动，帮助学生了解基本的购物常识，初步形成理性消费与自我保护意识。



聪明消费者——生活适应

二、活动准备

- 1.依场地条件和班级人数划分小组，每组**6~8**人，确定组长；桌椅呈马蹄形分布，中间留有活动空间。
- 2.课前即分好小组，给各组布置任务，指定学生热衷的某一商品，各组排列一则**1**分钟以内的广告。
- 3.学生经常会购买的小商品若干，“三无”商品以及正规商品各**3~4**种，小奖品若干。
- 4.空白纸（**32**开以上，可以是废纸背面），书写笔足量，板夹每组一个。
- 5.印制活动记录单（见活动素材库）。
- 6.准备课件，尤其是用于活动**1**的生活用品的图片（商品图片的选择要依据孩子们的消费范围来确定）。



聪明消费者——生活适应

三、活动过程

活动1：趣味购物车

【辅导要点】

通过猜价格活动进行热身，引发学生对消费行为的思考，导入课程主题。

【活动时间】

5分钟。

（建议指导语：同学们经常自己买东西吗？是否了解商品的价格呢？下面进行一个“猜价格”的活动，考验一下各组对商品价格的了解。）



聪明消费者——生活适应

【活动内容】

(1) 活动规则：

- ①教师呈现商品图片或者幻灯片，说“开始”后，各组成员要在**20秒**内给出价格，价格可以精确到角，并写在固定于板夹的纸上。
- ②教师说“出示价格”，各组举起板夹出示估测价格。
- ③教师给出真实价格，距离实际价格最近的小组多**1分**，并在黑板记录。
- ④反复进行若干轮，评选出消费达人组，课后颁发小奖品。



聪明消费者——生活适应

(2) 对获胜组进行采访：觉得自己获胜的原因可能是什么。

(3) 教师总结。

【引导要点】

(1) 消费是生活中重要的内容。

(2) 从小就要培养理性消费、合理消费的理念和能力。



聪明消费者——生活适应

活动2：消费观察站

【辅导要点】

各组展示广告，增强学生合作的能力，引导学生思考不合理的消费行为。

【活动时间】

15分钟。

（建议指导语：消费是我们日常生活的一部分，但是对于消费行为，同学们可能没有特别关注过，下面的“消费观察站”会引导你积极思考、认真观察，帮助你增长消费知识。）



聪明消费者——生活适应

【活动内容】

(1) 以小组为单位依次进行1分钟以内的广告展示。

(2) 在活动记录单“消费观查站”栏目中简单写出哪组的广告最好，为什么？

(3) 组长快速统计并汇报选择结果，汇总选出最佳广告创意，课后颁发小奖品。

(4) 小组讨论，组长记录在活动记录当中。

①哪些因素影响一个人的消费行为？

②为什么要学习做一个聪明而理性的消费者？

(5) 教师总结。



聪明消费者——生活适应

【引导要点】

(1) 广告对消费的影响很大，通过明星效应，幽默元素、音乐等途径来吸引消费者，甚至购买非必需的商品。

(2) 除广告外，影响消费的其他因素：

- ①攀比：买一个比某某同学更好的。
- ②从众：大家都买或者是现在很流行，我也要买。
- ③炫耀：要买就得买名牌或者是新奇的，大家都没有的。
- ④情绪：在情绪的影响下很可能导致盲目消费，比如有的人心情不好会乱买东西。



聪明消费者——生活适应

(3) 仔细思考商品对自己的意义，做理智的决定，避免冲动消费。

(4) 消费观念和消费习惯也是个人素养的一部分，良好的消费习惯要从小培养。



聪明消费者——生活适应

活动3：慧眼识商品

【辅导要点】

了解购物过程中所应该关注的商品信息，初步树立消费者自我保护的意识。

【活动时间】

15分钟。

（建议指导语：做一名聪明的消费者，不仅要管理好钱包，理智消费，还要在购物过程中选出健康质优、价格合理的商品。）



聪明消费者——生活适应

【活动内容】

- (1) 每个小组发放**2~3**样商品。
- (2) 小组讨论并甄别哪些商品可以购买并放心食用或使用，哪些要谨慎选择，并说明原因。
- (3) 各组汇报甄别结果和原因。
- (4) 教师公布哪些商品是质量信得过的，在保质期之内的。
- (5) 组长组织小组讨论：
 - ①购物时需要关注的商品信息有哪些？
 - ②如何保障自己作为消费者的权益？
- (6) 班内分享，教师总结。



聪明消费者——生活适应

【引导要点】

- (1) “三无”产品：**即无质量检验合格证的产品；无产品名称及生产厂家的厂名、厂址的产品；无生产日期和保质期的产品。
- (2) 最好去有信誉的商店，**购物时要仔细查看商品质量。
- (3) 购买商品时有权向商家索要发票，**有售后保障的商品要查看维修单。
- (4) 网络购物风险值更高。**
- (5) 多向成年人请教购买常识，**从小积累有益的关于消费甚至经济学方面的知识。



聪明消费者——生活适应

活动4：总结与延伸

【活动时间】

5分钟。

【活动内容】

- (1) 自由发言：谈谈自己从这节课中学到了什么。
- (2) 课后延伸：想想自己在“做聪明的消费者”方面存在哪些欠缺，要怎样调整。



聪明消费者——生活适应

四、活动素材库

1.设计背景

作为社会的一份子，儿童几乎每天都在以消费者的身份去参与经济生活。在经济飞速发展的今天，媒体和网络的普及，各种产品的信息吸引着孩子们。面对诱惑，学会甄别与自控，合理有效地支配和使用财物，做理性而聪明的消费者，是个体在商品经济社会不断适应且幸福、健康生活的前提和基本能力。引导和帮助孩子掌握一定的消费的常识，形成健康的消费观，可以提升社会适应能力，为未来生活做准备。



聪明消费者——生活适应

本堂课以广告作为探讨合理消费的切入点，通过多种有趣的活​​动来设计促使学生思考的消费行为和消费观念，自主讨论，归纳如何做出正确的消费选择，促使对自身不当消费行为的调整和改变，并通过对商品质量的鉴别，培养和提升学生的消费自我保护意识。



聪明消费者——生活适应

2.理论支持

(1) 相关概念

- ①广告是为了某种特定的需要，通过一定形式的媒体，公开而广泛地向公众传递信息的宣传手段。广告有广义和狭义之分，广义广告包括非经济广告和经济广告。
- ②非经济广告指不以营利为目的的广告，又称效应广告，如政府行政部门、社会事业单位乃至个人的各种公告、启事、声明等，其主要目的是推广。



聪明消费者——生活适应

③狭义广告仅指经济广告，又称商业广告，是指以营利为目的的广告，通常是商品生产者、经营者和消费者之间沟通信息的重要手段，或企业占领市场、推销产品、提供劳务的重要形式，其主要目的是扩大经济效益。

④对于整个社会来说，合理消费是指与国情及实际经济发展水平相适应的消费；对于个人和家庭来说，是指与收入水平及社会风尚相适应的消费。反之，则是不合理消费，也可以说是高消费。在本堂课中是指学生在与家庭收入水平不相适应的情境下，没有充分合理的理由所产生的各种消费行为。



聪明消费者——生活适应

（2）小学高年级学生自我意识的发展

当学生进入小学高年级后，自我意识逐渐增强，渐渐摆脱对外部控制的依赖，变得比较独立，他们不希望老师和家长把他们当小孩来对待，但他们仍希望获得教师的注意和喜爱。这个阶段的学生不再盲目地接受教师的权威，他们可能会在背后批评教师。他们非常在意规则及处罚是否明确。如果发现规则和处罚稍有不一致或不公平时，他们就会抱怨、表达不满。随着儿童抽象逻辑思维的逐渐发展和辩证思维的初步发展，他们的自我意识更加强烈。他们不仅想摆脱对外部控制的依赖，逐渐发展了内化的行为准则来监督、调节、控制自己的行为，而且开始从对自己的表面行为的认识、评价转向对自己内部品质的更深入的评价。



聪明消费者——生活适应

（3）小学高年级学生思维的发展

此时学生们思维的独立性增强，开始喜欢标新立异，发表独立见解，但观点常常偏激，难免片面化和表面化。高年级学生对他人的想法和观点一般表现为不轻信和不盲从，观察事物具有目的性和系统性，能探究事物的本质和各种主要细节，从事物因果关系上分清主次。思维的批判性有所发展，学生不再循规蹈矩、人云亦云，而是学会跟老师展开讨论。



聪明消费者——生活适应

（4）美国的理财教育

美国在学校开设理财教育课程，并取得了相应的成绩。美国学校的理财教育定位比较明确，在不同的年龄阶段有不同的要求。理财教育不是单纯的知识灌输，而是培养青少年的正确价值观和理财观，内容比较充实。



聪明消费者——生活适应

美国的理财教育不是断开的，是一直持续进行的，在整个青少年时期都在进行，而且其理财教育目标非常明确，具体到某一种具体的经济活动，比如制定开销计划，学会使用银行术语等。美国青少年理财教育的具体目标如下：

“3岁：能够辨认硬币和纸币；4岁：知道每枚硬币是多少美分；5岁：知道硬币的等价物，知道钱是怎么来的；6岁：能够找数目不大的钱；7岁：能看价格标签；8岁：知道通过工作赚钱，会储蓄；9岁：能够制定简单的一周开销计划，购物时知道比较价格；10岁：懂得每周节约一点钱；11~12岁时知道从电视广告中发现理财事实，懂得使用银行业务中的术语；13岁至高中毕业：尝试进行股票，债券等投资活动，打工等赚钱实践。”



聪明消费者——生活适应

（5）不合理的消费行为

- ①重物质轻精神；
- ②盲目消费；
- ③攀比性消费；
- ④炫耀性消费；
- ⑤从众消费。

（6）消费注意的几个方面

- ①依照经济承受能力，合理消费；
- ②考虑商品的实用意义，理智消费；
- ③货比三家，聪明消费；
- ④物尽其用，适度消费。



聪明消费者——生活适应

3.可替代活动

(1) 趣味猜谜（可以替代活动1）

【辅导要点】

促进团队成员互动，引出主题。

【活动内容】

- ①教师提前准备小商品，商品种类数与组数相同，同类商品数与小组人数相同。
- ②每组派一名成员看商品，并仅通过肢体语言把商品表达出来，小组成员猜是什么商品。
- ③竞猜成功的小组可以获得相应商品。
- ④引出活动课主题。



聪明消费者——生活适应

(2) 商标设计师（可以替代活动2）

【辅导要点】

通过组内讨论、合作，增强学生沟通能力，帮助学生体会广告对消费行为的影响。

【活动内容】

- ①各组在组长的带领下，于规定时间内完成命题商标设计。
- ②最好是接近学生学习、生活的产品，给这一产品设计一个新商标，展现使用该产品之后有什么益处。



聪明消费者——生活适应

- ③要求学生尽量夸大益处，以增加吸引效果；同时，对这一产品进行描述，努力做到让人读完你的描述后很想购买这种产品。
- ④各组展示作品，教师组织评比，选出“最具影响力的商标”。
- ⑤组内讨论：广告在日常消费中对自己有何影响。



聪明消费者——生活适应

(3) 家庭消费调查报告（可以作为课前作业；可以替代活动2；也可以作为课后延伸作业）

【辅导要点】

通过调查家庭一个月的消费情况，掌握有关商品的价格、选择理由、购买途径和使用角度等等，增进对消费活动的了解。

【活动内容】

- ①了解并记录家庭一个月的消费情况。
- ②尽可能详细记录，包括商品的价格、选择理由，购买途径和使用角度，最好制成表格。
- ③最后写成消费情况简报，并简短说明自己的收获。
- ④小组讨论：消费中要注意哪些角度。
- ⑤教师总结。



聪明消费者——生活适应

4.活动记录单

消费观察站

我认为第（ ）组的广告好，因为：

小组讨论：

①哪些因素影响一个人的消费行为？

②为什么要学习做一个聪明而理性的消费者？



聪明消费者——生活适应

慧眼识商品

小组讨论：

- ①购物时需要关注的商品信息有哪些？
- ②如何保障自己作为消费者的权益？



谢 谢

如果有编者不想本平台转载您的文章，请速联系我们，我们将给予删除。

