

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	顧客行為專題研討	授課 教師	張俊惠 Chang Chun-hui
	SEMINAR ON CUSTOMER BEHAVIOR		
開課系級	國企一碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TBTXJ1A		
系所教育目標			
<p>一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。</p> <p>二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。</p> <p>三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。</p>			
系所核心能力			
<p>A. 培養成為國際企業之專業經理人。</p> <p>B. 培訓具有獨立分析、判斷、解決企業經營問題之能力。</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理規劃之能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程將介紹一些與顧客(或消費者)行為有關的重要模式、理論與概念，並進一步引導同學思考這些重要模式、理論與概念如何應用於實際的範例之中，並剖析其對行銷策略制定之影響。</p>		
	<p>Important concepts, theories, and models about customer or consumer behavior will be introduced in this course. Furthermore, how these critical concepts and knowledge will impact the marketing strategies will be also emphasized in the course.</p>		

本課程教學目標與目標層級、系所核心能力相關性

一、目標層級(選填):

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域: C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域: P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域: A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系所核心能力」之相關性:

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如: 認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「系所核心能力」。單項教學目標若對應「系所核心能力」有多項時，則可填列多項「系所核心能力」(例如: 「系所核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系所核心能力
1	1學生將能夠了解與消費者或顧客行為有關之基本觀念及理論 2.學生將會了解顧客所面對之環境變化與影響因素 3學生將會了解顧客決策過程如何進行及其對策略制定者之意涵	Students will be able to understand the important concepts and theories about consumer or customer behavior. 2.Students will have ideas about the dynamic environments faced by the customers. Students will see how the decision making process made by the consumers and what are the implications for the decions makers.	P4	BD
2	1學生將能夠了解與消費者或顧客行為有關之基本觀念及理論 2.學生將會了解顧客所面對之環境變化與影響因素 3學生將會了解顧客決策過程如何進行及其對策略制定者之意涵	Students will be able to understand the important concepts and theories about consumer or customer behavior. 2.Students will have ideas about the dynamic environments faced by the customers. Students will see how the decision making process made by the consumers and what are the implications for the decions makers.	P4	BD

3	1.學生將能夠了解與消費者或顧客行為有關之基本觀念及理論;2.學生將會了解顧客所面對之環境變化與影響因素;3學生將會了解顧客決策過程如何進行及其對策略制定者之意涵	1.Students will be able to understand the important concepts and theories about consumer or customer behavior. 2,Students will have ideas about the dynamic environments faced by the customers. 3,Students will see how the decision making process made by the consumers and what are the implications for the decions makers.	P4	BD
---	---	--	----	----

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	1學生將能夠了解與消費者或顧客行為有關之基本觀念及理論 2.學生將會了解顧客所面對之環境變化與影響因素 3學生將會了解顧客決策過程如何進行及其對策略制定者之意涵	課堂講授、分組討論、演講	出席率、報告、討論
2	1學生將能夠了解與消費者或顧客行為有關之基本觀念及理論 2.學生將會了解顧客所面對之環境變化與影響因素 3學生將會了解顧客決策過程如何進行及其對策略制定者之意涵	課堂講授、分組討論、演講	出席率、報告、討論
3	1.學生將能夠了解與消費者或顧客行為有關之基本觀念及理論;2.學生將會了解顧客所面對之環境變化與影響因素;3學生將會了解顧客決策過程如何進行及其對策略制定者之意涵	課堂講授、分組討論、演講	出席率、報告、討論

本課程之設計與教學已融入下列本校基本素養與核心能力

淡江大學基本素養與核心能力	內涵說明
◇ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◇ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◇ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◇ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◇ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◇ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◇ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◇ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/09/05~ 100/09/11	Introduction to customer behavior	
2	100/09/12~ 100/09/18	EKB Model	
3	100/09/19~ 100/09/25	FCB Model	
4	100/09/26~ 100/10/02	Reading1:Chinese Consumer Behavior: A Cultural Framework and Implications	
5	100/10/03~ 100/10/09	Consumer Insight,地點:配合課程討論需要,暫定情境教室	
6	100/10/10~ 100/10/16	Consumer research methods,地點:配合課程討論需要,暫定情境教室	
7	100/10/17~ 100/10/23	Lecture:Consumer Behavior and IMC, 地點:配合課程討論需要,暫定情境教室	
8	100/10/24~ 100/10/30	Investigate and Foresee the Global Economic Development Trend,地點:配合課程討論需要,暫定情境教室	
9	100/10/31~ 100/11/06	In Taiwan, How Can the Traditional Chinese Food Make Its Own Blue Ocean Strategy?,地點:配合課程討論需要,暫定情境教室	
10	100/11/07~ 100/11/13	Lecture: How Can A Department Store Respond to Global Demand for Corporate Responsibility? 地點:配合課程討論需要,暫定情境教室	

11	100/11/14~ 100/11/20	Lecture; Attitude decides everything 地點:配合課程 討論需要,暫定情境教室	
12	100/11/21~ 100/11/27	Reading3:Effect of country-of Manufactory and Brand Image of Korean Consumers' Purchase Intention	
13	100/11/28~ 100/12/04	Reading4:Private label Branding in China : What do US and Chinese Students Think?	
14	100/12/05~ 100/12/11	Reading5:Aesthetics and the On-line Shopping Environment: Understanding Consumer Responses	
15	100/12/12~ 100/12/18	Reading6: An international perspective on luxury brand and country-of -origin effect	
16	100/12/19~ 100/12/25	Reading7: Market Segmentation Based on Age and Attitude Toward the Past: Concepts, Methods, and Findings Concerning Nostalgic Influences on Customer Tastes	
17	100/12/26~ 101/01/01	Reading8: Brand Experience: what is it? How is it measured? Does it Affect Loyalty?	
18	101/01/02~ 101/01/08	Review	
修課應 注意事項	課程進度所研讀之readings及演講的安排及演講地點之教室登記借用, 將視實際 進度及演講者的時間安排的必須而做更動		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	1. reading assignments(前述 readings 將依主題需要做更動)		
參考書籍			
批改作業 篇數	篇 (本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫)		
學期成績 計算方式	◆平時考成績: 30.0 % ◆期中考成績: % ◆期末考成績: % ◆作業成績: % ◆其他〈分組報告〉: 70.0 %		
備考	「教學計畫表管理系統」網址: http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址: http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書, 勿非法影印他人著作, 以免觸法。		