

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者購買行為分析	授課 教師	曾義明 TSENG YI-MING
	CONSUMER BUYING BEHAVIOR		
開課系級	國企系三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLFXB3P		
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. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</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之能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程係為一專業性程，主旨在分析市場與消費者的行為，以課堂講授與個案分析的方式，使同學利用個案的例子，將上述各學科的知識應用於其中。現實商業企業環境中，企業所面臨的問題都經常是整體性，跨學科相關性的，而不能僅以單一學科、本位主義形式方式來解決之，消費者行為及基於此一目的下，教導同學以市場特性為出發點，綜合性的思考與解決問題。</p>		
	AS ABOVE		

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其「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	培養能做出市場方向思考以及訂定策略之思考能力，期許同學們能發展出的能力。	AS ABOVE	P6	C
2	培養能做出市場方向思考以及訂定策略之思考能力，期許同學們能發展出的能力。	AS ABOVE	C2	D
3	培養能做出市場方向思考以及訂定策略之思考能力，期許同學們能發展出的能力。	as above	C2	A
4	培養能做出市場方向思考以及訂定策略之思考能力，期許同學們能發展出的能力。	as above	C2	B

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	培養能做出市場方向思考以及訂定策略之思考能力，期許同學們能發展出的能力。	講述、討論、賞析、實作、參訪	紙筆測驗、報告、上課表現
2	培養能做出市場方向思考以及訂定策略之思考能力，期許同學們能發展出的能力。	講述、討論、賞析、實作、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	培養能做出市場方向思考以及訂定策略之思考能力，期許同學們能發展出的能力。	賞析、參訪、問題解決	紙筆測驗、實作、上課表現
4	培養能做出市場方向思考以及訂定策略之思考能力，期許同學們能發展出的能力。	講述、討論、賞析	報告

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	
◆ 洞悉未來	
◇ 資訊運用	
◇ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◆ 樂活健康	
◇ 團隊合作	
◆ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/09/10~ 101/09/16	第一部份： 各種消費者行為模式 (理論模式, EKB, CDM, ASSAEL'S MODEL等), 資訊處理 (information processing), 個別差異 (individual differences), 決策過程 (decision process) 外在影響因素: 文化因素 (cultural and subcultural influences)) 家庭因素 (family influences) 參考群體因素 (reference group influences) 社會階層 (social class) 情境因素 (situational influences)	
2	101/09/17~ 101/09/23	第二部分： 校外人士演講 講題以消費品市場分析, 台灣消費現象, 樂活生活與未來生活型態分析	
3	101/09/24~ 101/09/30	第三部分： 同學們報告上台經驗分享	
4	101/10/01~ 101/10/07	以上三大部分將在上課後分別安排各周次進行, 詳細內容請見 教學資源平台 下載講義	
5	101/10/08~ 101/10/14	與上同	
6	101/10/15~ 101/10/21	與上同	
7	101/10/22~ 101/10/28	與上同	
8	101/10/29~ 101/11/04	與上同	
9	101/11/05~ 101/11/11	與上同	
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	

11	101/11/19~ 101/11/25	與上同	
12	101/11/26~ 101/12/02	與上同	
13	101/12/03~ 101/12/09	與上同	
14	101/12/10~ 101/12/16	與上同	
15	101/12/17~ 101/12/23	與上同	
16	101/12/24~ 101/12/30	與上同	
17	101/12/31~ 102/01/06	與上同	
18	102/01/07~ 102/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	講義為主 加上課外教材		
參考書籍			
批改作業 篇數	1 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	◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：10.0 % ◆期末評量：10.0 % ◆其他〈無期中考 其他以上課後宣布為準〉：60.0 %		
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。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。		