

淡江大學 101 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	商學一碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLDXJ1A		
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	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.	C4	ABCD

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	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	講述、討論、實務專家演講座 談	報告、上課表現

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	
◆ 資訊應用	
◆ 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	Introduction to customer behavior	
2	101/09/17~ 101/09/23	EKB Model & FCB model	
3	101/09/24~ 101/09/30	Reading1: THE DECISION BEHAVIOR OF FACEBOOK USERS	
4	101/10/01~ 101/10/07	Reading2: An exploration of student internet use in India: the technology acceptance model and the theory	
5	101/10/08~ 101/10/14	雙十節	
6	101/10/15~ 101/10/21	Lecture 1:Consumer insight	
7	101/10/22~ 101/10/28	Lecture2: Cases Study with consumer insight	
8	101/10/29~ 101/11/04	Lecture3: To do the analysis job in a peculiar way.	
9	101/11/05~ 101/11/11	Lecture4: How do you see yourself in different stage of the family lfie cycle?	
10	101/11/12~ 101/11/18	Lecture5: How to communicate with customers?	
11	101/11/19~ 101/11/25	Lecture6: Make the brand more related to your customers.	

12	101/11/26~ 101/12/02	Reading3: Why Might Organic Labels Fail to Influence Consumer Choices? Marginal Labelling and Brand Equity EffectsPurchase Intention	
13	101/12/03~ 101/12/09	Reading4 Do Consumers Care About Ethical-Luxury?	
14	101/12/10~ 101/12/16	Reading5: Uncovering the real effect of switching costs on the satisfaction-loyalty association :The critical role of involvement and	
15	101/12/17~ 101/12/23	Reading6: Self-congruity, brand attitude, and brand loyalty: a study on luxury brands	
16	101/12/24~ 101/12/30	Reading7: Factors influencing satisfaction and loyalty in online shopping: an integrated model	
17	101/12/31~ 102/01/06	Reading8: Creating customer loyalty through service customization	
18	102/01/07~ 102/01/13	Reading9: Cross-National Differences in E-WOM Influence & Final 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	Consumer Behavior (2012) by Blackwell, Miniard, Engel, Pai, Norjaya and WanJooria		
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	◆出席率： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆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。 ※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。		