

淡江大學 101 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	觀光消費行為	授課 教師	阮聘茹 JUAN, PIN-JU
	CONSUMER BEHAVIOR IN TOURISM		
開課系級	觀光二A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TPVXB2A		
系（所）教育目標			
<p>培養具國際競爭力之觀光產業管理人才。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 培育國際觀光專業人才。 2. 培育具國際視野與多元文化溝通人才。 3. 培養具人文精神與專業倫理之企業創新人才。 			
系（所）核心能力			
<ol style="list-style-type: none"> A. 具有主動學習的態度。 B. 具有分析及解決問題之能力。 C. 具有國際語言的溝通表達能力。 D. 具有良好之服務精神及工作態度。 E. 具有國際觀光管理專業知識。 F. 具有國際觀光管理實務技能。 G. 具有領導與團隊合作之能力。 H. 具有創新與創業之能力。 I. 具有社會責任之素養。 			
課程簡介	<p>本課程介紹消費者完整的決策程序模式，並引導學如經由行銷實務學習與應用。主要內容有：描述消費者決策程序模式、瞭解消費者對行銷方案之主要心理程序，瞭解消費者的購買決策，學習如何分析消費者決策程序。</p>		
	<p>The purpose of this course is to introduce consumer behavior theory and practice. Major contents include the following are describing consumer decision process model, understanding what major psychological processes to the marketing program, understanding how consumers make purchasing decisions, and learning how marketers analyze consumer decision making.</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.描述消費者決策程序模式	1.Describe consumer decision process model	C2	ACE
2	2.瞭解消費者對行銷方案之主要心理程序	2.Understand what major psychological processes to the marketing program.	C3	ABCEG
3	3.瞭解消費者的購買程序	3.Understand how consumers make purchasing decisions.	C3	ABCDEFGF
4	4.學習如何分析消費者決策程序	4.Learn how marketers analyze consumer decision making.	C3	ABCDEFGF

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.描述消費者決策程序模式	講述	紙筆測驗
2	2.瞭解消費者對行銷方案之主要心理程序	講述、實作	紙筆測驗、報告
3	3.瞭解消費者的購買程序	講述、模擬、實作	紙筆測驗、報告
4	4.學習如何分析消費者決策程序	講述、討論	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	102/02/18~ 102/02/24	Consumer Behavior and Consumer Research	
2	102/02/25~ 102/03/03	Creating Marketing Strategies for Customer-Centric Organizations	
3	102/03/04~ 102/03/10	The Consumer Decision Porcess	
4	102/03/11~ 102/03/17	Pre-Purchase Processes: Need Recognition, Search, and Evaluation	
5	102/03/18~ 102/03/24	Purchase	
6	102/03/25~ 102/03/31	Post-Purchase Processes: Consumption and Post-Consumption Evaluations	
7	102/04/01~ 102/04/07	Demographics, Psychographics, and Personality	
8	102/04/08~ 102/04/14	Consumer Motivation	
9	102/04/15~ 102/04/21	Consumer Knowledge	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	Consumer Beliefs, Feelings, Attitudes, and Intentions	
12	102/05/06~ 102/05/12	Culture, Ethnicity, and Social Class	

13	102/05/13~ 102/05/19	Family and Household Influences	
14	102/05/20~ 102/05/26	Group and Personal Influence	
15	102/05/27~ 102/06/02	Making Contact	
16	102/06/03~ 102/06/09	Shaping Consumers' Opinions	
17	102/06/10~ 102/06/16	Helping Consumers to Remember	
18	102/06/17~ 102/06/23	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		Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, James F. Engel, Pai Di-Ching, Norjaya Mohd. Yasin, Wan Jooria Hood, M. (2012). Consumer Behavior. (華泰文化) OH: Thomson Higher Education.	
參考書籍			
批改作業 篇數		5 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：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %	
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。	