

淡江大學 101 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者行為	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	CONSUMER BEHAVIOR		
開課系級	國企系進學二A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLFXE2A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
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」。 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。 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。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。 B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。 C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。 D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。			
課程簡介	本課程將聚焦於消費者如何進行有關之購物決策，及及影響其決策之相關關鍵因素為何之介紹與探討。		
	This subject focuses on how and why consumers make specific decisions and behave in certain ways.		

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	透過相關觀念的介紹及分析，學生將對消費者購買決策之制定及其制定的過程有關之影響因素有深刻的認識與了解，進一步對其將來從事相關領域的工作有關顧客行為的剖析有更精闢的見解。	This subject will focuses on how and why consumers make specific decisions and behave in certain ways. They also can learn many concepts that can be applied to consumer related job responsibilities, or apply to their own consumer activities, making them wiser consumers.	C3	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	透過相關觀念的介紹及分析，學生將對消費者購買決策之制定及其制定的過程有關之影響因素有深刻的認識與了解，進一步對其將來從事相關領域的工作有關顧客行為的剖析有更精闢的見解。	講述、討論、業師	紙筆測驗、報告、上課表現、出席

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	課程簡介Introduction	
2	102/02/25~ 102/03/03	2/28和平紀念日	
3	102/03/04~ 102/03/10	Consumer Behavior and Consumer Research	
4	102/03/11~ 102/03/17	消費者決策過程之問題確認	
5	102/03/18~ 102/03/24	消費者資訊蒐集及評估	
6	102/03/25~ 102/03/31	購買決策的類型及購後行為評估	
7	102/04/01~ 102/04/07	清明節暨兒童節	
8	102/04/08~ 102/04/14	案例1(暫定搭配業師講座)	
9	102/04/15~ 102/04/21	課堂討論及案例說明	
10	102/04/22~ 102/04/28	期中考試週	
11	102/04/29~ 102/05/05	Individual Determinants of Consumer Behavior-Demographic viewpoints	
12	102/05/06~ 102/05/12	Individual Determinants of Consumer Behavior-Psychographic viewpoints	

13	102/05/13~ 102/05/19	案例2(暫定搭配業師講座)	
14	102/05/20~ 102/05/26	環境對消費者行為之影響或案例3(暫定搭配業師講座)	
15	102/05/27~ 102/06/02	個案分組報告	
16	102/06/03~ 102/06/09	個案分組報告	
17	102/06/10~ 102/06/16	個案分組報告	
18	102/06/17~ 102/06/23	期末考試週	
修課應 注意事項	上課態度及出席情況至為攸關		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	講義		
參考書籍	Consumer Behavior by Blackwell, Miniard, and Engel		
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： 20.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈個案分組報告〉：20.0 %		
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。		