

淡江大學 101 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者行為專題	授課 教師	陳水蓮 CHEN, SHUI-LIEN
	SEMINAR ON CONSUMER BEHAVIOR		
開課系級	管科一博士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLGXD1A		
系 (所) 教育目標			
培育具備優良專業數理分析與邏輯判斷能力之學術人才、高階管理人才及分析幹部，以因應國內及國際企業或是教研機構的需要。			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 具有博士研究理論及方法學習之能力。</p> <p>B. 訓練獨立邏輯分析與組織寫作之能力。</p> <p>C. 培育具有跨領域科際整合之能力。</p> <p>D. 參與國際學術活動之能力。</p> <p>E. 參與規畫及執行研究案之能力。</p> <p>F. 具有外語運用能力。</p>			
課程簡介	研讀學術國際期刊,尋找出研究趨勢與未來方向		
	<p>In this semester, the purpose of this course is simply to equip/enhance students with the capability of conducting academic research in consumer behavior field. For the achievement of this purpose, students are requested to read academic articles in the subject of management. The articles will be assigned throughout the semester. All students will be expected to read the articles in order to participate in the discussion. By the end of this course, students ought to complete a research proposal.</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	每位同學皆研讀學術國際期刊, 尋找出研究趨勢與未來方向, 期末提研究大綱	All students will be expected to read the articles in order to participate in the discussion. By the end of this course, students ought to complete a research proposal.	P1	ABF
2	培育具備優良專業數理分析與邏輯判斷能力之學術人才	To equip/enhance students with the capability of conducting academic research.	C4	ABF

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	每位同學皆研讀學術國際期刊, 尋找出研究趨勢與未來方向, 期末提研究大綱	講述、討論、賞析	報告、上課表現
2	培育具備優良專業數理分析與邏輯判斷能力之學術人才	講述、討論、賞析	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	Introduction to the course schedule and a short	
2	102/02/25~ 102/03/03	Consumer Behavior and Consumer Research	
3	102/03/04~ 102/03/10	Creating Marketing Strategies for Customer-Centric Organizations	
4	102/03/11~ 102/03/17	The Consumer Decision Process	
5	102/03/18~ 102/03/24	Pre-Purchase Processes: Need Recognition, Search, and Pre-Purchase Evaluation	
6	102/03/25~ 102/03/31	Purchase	
7	102/04/01~ 102/04/07	Post-Purchase Processes: Consumption and Post-Consumption Evaluations	
8	102/04/08~ 102/04/14	Consumer Motivation	
9	102/04/15~ 102/04/21	期中考試	
10	102/04/22~ 102/04/28	Consumer Beliefs, Feelings, Attitudes, and Intentions	
11	102/04/29~ 102/05/05	專家演講	
12	102/05/06~ 102/05/12	Culture, Ethnicity, Social Class, Family and Household Influences	

13	102/05/13~ 102/05/19	Group and Personal Influence	
14	102/05/20~ 102/05/26	Making Contact	
15	102/05/27~ 102/06/02	Shaping Consumers' Opinions	
16	102/06/03~ 102/06/09	Helping Consumers to Remember	
17	102/06/10~ 102/06/16	專家演講	
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		Academics articles	
參考書籍		Blackwell (2011), Consumer Behavior, 華泰文化	
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：20.0 % ◆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。	