

淡江大學 102 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。 課程簡介		
	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、業師個案分享	紙筆測驗、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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◇ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◇ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◆ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◆ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授 課 進 度 表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備 註
1	103/02/17~ 103/02/23	課程簡介Introduction 消費者行為導論	
2	103/02/24~ 103/03/02	業師講座案例分享	
3	103/03/03~ 103/03/09	消費者研究方法與理論	
4	103/03/10~ 103/03/16	業師講座案例分享	
5	103/03/17~ 103/03/23	市場區隔與定位	
6	103/03/24~ 103/03/30	動機與消費者行為	
7	103/03/31~ 103/04/06	兒童節暨教學評鑑週	
8	103/04/07~ 103/04/13	人格與消費者行為	
9	103/04/14~ 103/04/20	消費者知覺	
10	103/04/21~ 103/04/27	期中考試週	
11	103/04/28~ 103/05/04	業師講座案例分享	
12	103/05/05~ 103/05/11	消費者學習	

13	103/05/12~ 103/05/18	消費者態度的形成與改變	
14	103/05/19~ 103/05/25	溝通與消費者行為	
15	103/05/26~ 103/06/01	個人團體與家庭對消費者行為	
16	103/06/02~ 103/06/08	文化對消費者行為的影響	
17	103/06/09~ 103/06/15	消費者決策歷程	
18	103/06/16~ 103/06/22	期末考試週	
修課應 注意事項	出席率與上課參與至為重要		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	消費者行為 陸洛 高旭繁 著 滄海書局		
參考書籍			
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：40.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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。		