

淡江大學 102 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者行為與行銷策略	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	CONSUMER BEHAVIOR AND MARKETING STRATEGY		
開課系級	國企一碩專班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLFXJ1A		
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. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</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之能力。</p>			
課程簡介	<p>顧客或消費者行為乃是行銷策略制定之核心，更重要的是消費者行為是一種得以被激勵(motivated)的行為，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>For a marketing strategy to be successful markekeeter should try their best to understand why their customer behave in certain ways. The important concepts and knowledge related to consumer behavior will be illustrated in the course , and how does those concepts and knowledge 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	本課程將介紹與消費者行為有關的重要觀念、模式與理論,引導同學思考這些重要的觀念、模式與理論對行銷策略制定的重要影響。	The Primary objective is to enable students to analyse consumer behavior.Besides,this course will put an emphasis on the application of marketing concepts,marketing model.	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	本課程將介紹與消費者行為有關的重要觀念、模式與理論,引導同學思考這些重要的觀念、模式與理論對行銷策略制定的重要影響。	講述、討論、賞析、業師講座	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	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	課程介紹Introduction	
2	103/02/24~ 103/03/02	228和平紀念日	
3	103/03/03~ 103/03/09	消費者行為模式introduction	
4	103/03/10~ 103/03/16	消費者行為STP(區隔, 目標市場選擇, 產品定位)	
5	103/03/17~ 103/03/23	業師講座與研討:主題1 消費者行為研究-Jobs to Do!	
6	103/03/24~ 103/03/30	業師講座與研討:主題2 消費者洞見與STP_Case study	
7	103/03/31~ 103/04/06	兒童節暨教學觀摩週	
8	103/04/07~ 103/04/13	業師講座與研討:主題3 形象廣告策略剖析	
9	103/04/14~ 103/04/20	業師講座與研討:主題4 To do a research job in a more effective way!	
10	103/04/21~ 103/04/27	業師講座與研討:主題5 How to develop a competitive advantage?	
11	103/04/28~ 103/05/04	業師講座與研討:主題6 21世紀全球與個人競爭力新指標 ==>形象行銷學	
12	103/05/05~ 103/05/11	業師講座與研討:主題7 文創事業發展之分享	

13	103/05/12~ 103/05/18	業師講座與研討:主題8 從文化創意找到一們好生意	
14	103/05/19~ 103/05/25	業師講座與研討:主題9 從傳統產業淬練文化好創意	
15	103/05/26~ 103/06/01	業師講座與研討:主題10 藝術品行銷策略剖析:大千世界看世界大千	
16	103/06/02~ 103/06/08	分組討論報告1	
17	103/06/09~ 103/06/15	分組討論報告2	
18	103/06/16~ 103/06/22	分組討論報告3	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		課堂補充教材與講義	
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：        % ◆期末評量：        % ◆其他〈分組報告〉：80.0 %	
備 考		「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php">http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php</a> 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」進入。 <b>※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。</b>	