

淡江大學 105 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者保護法	授課 教師	朱義芬 CHU, I-FEN
	LAW OF CONSUMER PROTECTION		
開課系級	經濟二P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLYXB2P		
系 (所) 教育目標			
<p>一、厚植核心基礎精實進階專業。</p> <p>二、激勵主動思考培養獨立分析。</p> <p>三、活用專業知能接軌實務應用。</p> <p>四、重視溝通協調強化團隊整合。</p> <p>五、形塑國際視野培育公民意識。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 掌握經濟專業的基本知識。</p> <p>B. 對經濟現象或議題，具基本的解讀能力。</p> <p>C. 瞭解經濟專業與財經實務的基本關連。</p> <p>D. 具備基本經濟專業的溝通、整合能力。</p> <p>E. 瞭解國際經濟的基本概況。</p> <p>F. 瞭解經濟專業與福利議題的基本關連。</p>			
課程簡介	<p>本課程原則上以我國消費者保護法為授課範圍。主要分下列幾個單元：</p> <p>一、重要名詞定義的介紹</p> <p>二、企業經營者的責任。它摒棄民法中侵權行為的過失責任改採無過失責任，以減輕消費者舉證的困難。</p> <p>三、定型化契約。為確保消費者權益，透過行政、司法、立法管控來約束定型化契約的內容。</p> <p>四、特種買賣。其中通訊、訪問交易賦予消費者有利的權利而異於傳統買賣。</p> <p>五、消費資訊的規範。</p> <p>六、消費爭議的救濟管道。</p>		

	<p>This course mainly teaches our Consumer Protection Law, and divides into the following units:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Introduction of definitions of important terms. 2. Business Operators. This unit is important for consumers. Business operators should be held strict liability, in order to reduce consumers' burden of proof. 3. Standard Contract. Through administrative, judicial and legislative supervision to constrain the contents of contract to ensure the interests of consumers. 4. Distance sales or door-to-door sales. 5. Regulations Governing Consumer Information. 6. Relief of Consumer Disputes.
--	---

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	凡人自生至死均離不開消費，本課程希望藉由消費者保護法基本概念的介紹，透過實際案例的分析，讓學生了解消費者的權益，以防範消費糾紛的發生並提升消費生活的安全與品質。	Every is a consumer. This course wishes to introduce basic conceptions of consumer protection Law, through the analysis of actual cases to enable students to understand the interests of consumers in order to prevent the occurrence of consumer disputes and improve the consumer safety and quality of life.	C3	AB

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	凡人自生至死均離不開消費，本課程希望藉由消費者保護法基本概念的介紹，透過實際案例的分析，讓學生了解消費者的權益，以防範消費糾紛的發生並提升消費生活的安全與品質。	講述、問題解決	紙筆測驗、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	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	106/02/13~ 106/02/19	課程簡介、緒論	
2	106/02/20~ 106/02/26	消費者保護法之主體－企業經營者、消費者	
3	106/02/27~ 106/03/05	消費者保護法之客體－商品、服務	
4	106/03/06~ 106/03/12	企業經營者之責任 (一)	
5	106/03/13~ 106/03/19	企業經營者之責任 (二)	
6	106/03/20~ 106/03/26	企業經營者之責任 (三)	
7	106/03/27~ 106/04/02	定型化契約 (一)	
8	106/04/03~ 106/04/09	定型化契約 (二)	
9	106/04/10~ 106/04/16	定型化契約 (三)	
10	106/04/17~ 106/04/23	期中考試週	
11	106/04/24~ 106/04/30	特種買賣－通訊交易、訪問交易 (一)	
12	106/05/01~ 106/05/07	特種買賣－通訊交易、訪問交易 (二)	

13	106/05/08~ 106/05/14	分期付款買賣	
14	106/05/15~ 106/05/21	消費資訊的規範－不實廣告（一）	
15	106/05/22~ 106/05/28	消費資訊的規範－不實廣告（二）	
16	106/05/29~ 106/06/04	保證、標示、包裝	
17	106/06/05~ 106/06/11	消費爭議之處理－申訴、調解、消費訴訟	
18	106/06/12~ 106/06/18	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		消費者保護法解讀 作者：姜志俊、姜炳俊、馮震宇、謝穎青和著 元照書局 出版	
參考書籍		消費者報導（雜誌，消費者文教基金會發行） 消費者權益保護 姜志俊 黃立 范建得 編著 空中大學用書	
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〈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/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。	