

淡江大學 106 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	揭維恆 CHEN, WEI-HENG
	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			
<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>本課程主要包含消費者的各種行為及影響消費者行為之各種因素。提供初學者認識消費者行為的基本知識。課程將包含理論與實務知識，以及個案討論。</p>		
	<p>The main content of the course includes various forms of consumer behavior and influence factors to the consumer behavior. The course include theoretical and practical knowledge as well as case study discussion. Offer beginners to know the basic knowledge of the consumer behaviour.</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	1.以華人觀點提供消費者決策及其影響因素的基礎知識和實務探討。 2.利用虛擬個案使學生對生活中的消費者行為進行深入探討的能力。 3.使學生能夠融會貫通消費者行為的知識，並學以致用。	The course adopted view point of Chinese society to discuss the consumer behavior and their influence factors, in order to provide students fundamental knowledge of consumer behavior concepts and practice. The course adopts teaching cases to develop students' ability to observe consumers' behavior in daily life. The course use consumer behavior theories in marketing practice, to ensure that students can use the consumer behavior knowledge in marketing activities.	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	1.以華人觀點提供消費者決策及其影響因素的基礎知識和實務探討。 2.利用虛擬個案使學生對生活中的消費者行為進行深入探討的能力。 3.使學生能夠融會貫通消費者行為的知識，並學以致用。	講述、討論	實作、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	107/02/26~ 107/03/04	課程介紹。	
2	107/03/05~ 107/03/11	Ch01消費者行為概論。Ch02知覺。第一章及第二章課後測驗。	
3	107/03/12~ 107/03/18	Ch03學習與記憶。第三章課後測驗。確認個案討論進行方式及分組名單。	
4	107/03/19~ 107/03/25	Ch04動機與價值。第四章課後測驗。	
5	107/03/26~ 107/04/01	Ch05人格特性與生活型態。第五章課後測驗。個案討論一：商業午餐定價。	
6	107/04/02~ 107/04/08	教學觀摩週	
7	107/04/09~ 107/04/15	Ch06態度。第六章課後測驗。個案討論二：品牌的選擇。	
8	107/04/16~ 107/04/22	Ch07資訊搜尋。第七章課後測驗。個案討論三：畢業旅行記。	
9	107/04/23~ 107/04/29	Ch08方案評估與購買行動。第八章課後測驗。個案討論四：網路錯價事件。	
10	107/04/30~ 107/05/06	期中考試週	
11	107/05/07~ 107/05/13	Ch09購買情境與購後行為。第九章課後測驗。個案討論五：到國外拍婚紗。	
12	107/05/14~ 107/05/20	Ch10群體影響與意見領袖。第十章課後測驗。個案討論六：鬼月婚宴大促銷。	

13	107/05/21~ 107/05/27	Ch11 家庭與組織購買決策。第11章課後測驗。個案討論七：周年慶買三千送三百。	
14	107/05/28~ 107/06/03	Ch12 個人財富與社會階級。第12章課後測驗。個案討論八：誰搭商務艙。	
15	107/06/04~ 107/06/10	Ch13 種族與宗教。Ch14 性別與年齡。第13章及第14章課後測驗。	
16	107/06/11~ 107/06/17	Ch15 文化差異。Ch16 消費者創新與網路消費行為。第15章及第16章課後測驗。	
17	107/06/18~ 107/06/24	作業總整理。個案討論九：到網路買墨水匣。個案討論十：你不再是我的網路好友了!?	
18	107/06/25~ 107/07/01	期末考試週	
修課應 注意事項	1.缺課每次扣3分，次數達學校規定者，不得參加考試及個案實務報告，學期成績以零分計算。2.每章均有課後測驗，缺考每份測驗扣學期成績3分。3.全學期無缺課紀錄以及課堂討論參予互動優者，學期成績可彈性調整加分。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	汪志堅 (2016) 。消費者行為(五版)。全華。		
參考書籍	1.林建煌 (2017) 。消費者行為概論 (四版) 。華泰。2.白滌清 (2015) 編譯。消費者行為。華泰。3.簡明輝 (2014) 。消費者行為 (三版) 。新文京。4.沈永正 (2017) 。消費者行為 (四版) 。三民。5.陸洛、高旭繁 (2015) 。消費者行為。滄海。		
批改作業 篇數	16 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： 15.0 %   ◆平時評量：48.0 %   ◆期中評量： % ◆期末評量：25.0 % ◆其他〈個案討論〉：12.0 %		
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>		