

淡江大學 107 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者行為與社群經營	授課 教師	曾義明 TSENG YI-MING
	CONSUMER BEHAVIOR AND ONLINE COMMUNITY		
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			
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	主旨在分析市場與消費者的行為，以課堂講授與個案分析討論的方式，使同學利用個案的例子。內容議題包含基本的消費者行為基本理論，決策過程理論，消費者知識，以及有關，參考群體，家庭，社會階層與個人因素等。 論文研討則包含：樂活族群分析，自然與環保議題，創意生活，文化創意產業，藝術消費市場，新型科技產品消費行為，旅遊風潮趨勢。 國家議題：日本文化特色之基本認識		
	As above		

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	瞭解當代台灣行銷趨勢與議題，協助學生開發碩士論文新題目與建立研究架構	As above	C2	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	瞭解當代台灣行銷趨勢與議題，協助學生開發碩士論文新題目與建立研究架構	討論、實作、參訪	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	107/09/10~ 107/09/16	社會趨勢.社群經營.決策理論,個人因素,家庭影響,參考群體,社會階層,流行體系, 文化創意產業, 創意	
2	107/09/17~ 107/09/23	全部內容請見上述, 依週別分配教授, 請至教學資源平台下載 http://tsp.ec.tku.edu.tw/QuickPlace/086444qp/Main.nsf/h_Toc/9982fac9239dd70e48257eac0042d7d3/?OpenDocument	
3	107/09/24~ 107/09/30	消費者決策過程	
4	107/10/01~ 107/10/07	消費文化	
5	107/10/08~ 107/10/14	環境趨勢	
6	107/10/15~ 107/10/21	創意 觀察能力	
7	107/10/22~ 107/10/28	社群行為	
8	107/10/29~ 107/11/04	社群行為之 親近 吸引力	
9	107/11/05~ 107/11/11	社群行為 團體的形成	
10	107/11/12~ 107/11/18	創新擴散與流行體系	
11	107/11/19~ 107/11/25	消費的價值	

12	107/11/26~ 107/12/02	消費者態度	
13	107/12/03~ 107/12/09	消費者動機	
14	107/12/10~ 107/12/16	家庭與個人因素	
15	107/12/17~ 107/12/23	參考群體	
16	107/12/24~ 107/12/30	演講	
17	107/12/31~ 108/01/06	請見教學進度表	
18	108/01/07~ 108/01/13	期末報告	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦	
教材課本		以講義為主，DVD輔助教學，學術研究論文，書面個案，哈佛商業評論文章，課本上課後說明	
參考書籍			
批改作業 篇數		1 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： % ◆平時評量： % ◆期中評量： % ◆期末評量： % ◆其他〈〈上課參與〉〉：100.0 %	
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。	