

淡江大學 109 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者行為	授課 教師	張雍昇 CHANG, YONG-SHENG
	CONSUMER BEHAVIOR		
開課系級	共同科商管碩 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TGLXM0A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、習得瞭解專業知識。</p> <p>二、有效學習自我規劃。</p> <p>三、植基理論契合實務。</p> <p>四、人際溝通團隊合作。</p> <p>五、分析問題提供建議。</p> <p>六、道德知覺全球公民。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 具備商管專業的進階知識。(比重：50.00)</p> <p>B. 展現分析解決問題的能力。(比重：20.00)</p> <p>C. 具備口語及書寫溝通能力。(比重：10.00)</p> <p>D. 展現團隊與人際協調能力。(比重：20.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：40.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：10.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：20.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程將兼顧理論與實務，旨在幫助學生更有系統，且兼具效果與效率的學習方式，來理解消費者行為基本概念與重要理論。除了課堂上所探討有關企業實務方面的例子外，希望藉由實地調查更可將課本所學與實務上的應用相互印證。</p>		
	<p>This course will provide an overview of the broad field of consumer behavior. We will strive to develop both a detailed theoretical understanding of consumer behavior and an appreciation of methodological perspectives that are foundational to this field.</p>		

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	1. 帶領學生充分瞭解消費者行為學科的本質與意涵。 2. 讓學生瞭解消費者行為的基本理論，並具備實務規劃與分析之能力。 3. 藉由企業實務案例介紹消費者行為相關理論主張之應用與延伸。	1. In this course, we will develop your skills at understanding what is the nature and content of consumer behavior. 2. Moreover, this course will conduct an empirical survey to reinforce the impression of consumer behavior.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	ABCD	1257	講述、討論	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	109/09/14~ 109/09/20	orientation	9/14
2	109/09/21~ 109/09/27	消費者行為與消費者研究	9/21
3	109/09/28~ 109/10/04	顧客導向的行銷策略	9/28
4	109/10/05~ 109/10/11	消費者決策程序	10/5
5	109/10/12~ 109/10/18	購前程序：需求確認、搜尋與評估	10/12
6	109/10/19~ 109/10/25	購買	10/19
7	109/10/26~ 109/11/01	購後程序：消費與消費後評估	10/26
8	109/11/02~ 109/11/08	消費者動機	11/2
9	109/11/09~ 109/11/15	人口統計、心理圖析與人格	11/9
10	109/11/16~ 109/11/22	期中考試周	11/16
11	109/11/23~ 109/11/29	消費者知識	11/23

12	109/11/30~ 109/12/06	消費者信念、情感、態度與意圖	11/30
13	109/12/07~ 109/12/13	家庭與家計單位的影響力	12/7
14	109/12/14~ 109/12/20	群體與個人的影響力	12/14
15	109/12/21~ 109/12/27	進行接觸	12/21
16	109/12/28~ 110/01/03	塑造消費者的意見	12/28
17	110/01/04~ 110/01/10	協助消費者記憶	01/04
18	110/01/11~ 110/01/17	期末考試周	01/11
修課應 注意事項	敬請留意上課說明		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	待定		
參考文獻			
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： 10.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %		
備考	「教學計畫表管理系統」網址： https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」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。		