

淡江大學 109 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 CHIEH, WEI-HENG
	CONSUMER BEHAVIOR		
開課系級	國企系進學二A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLFXE2A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG12 負責任的消費與生產		
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>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：30.00)</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：10.00)</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：30.00)</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：30.00)</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>5. 獨立思考。(比重：60.00)</p>			
課程簡介	本課程介紹消費者行為的基礎概念，主要包含消費者的各種行為及影響消費者行為之相關因素，以啟發學生對日常生活中消費者行為的認知，並能學以致用。		
	This course aims to provide students fundamental knowledge of consumer behavior concepts. The main content of the course includes various forms of consumer behavior and influence factors to the consumer behavior. This course hope to develop students' ability to observe consumers' behavior in daily life and use the consumer behavior knowledge in marketing activities.		

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	本課程介紹消費者行為的基礎概念, 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	This course aims to provide students fundamental knowledge of consumer behavior concepts.

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	15	講述、討論	測驗、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	110/02/22~ 110/02/28	課程介紹。 自我介紹。	
2	110/03/01~ 110/03/07	Ch01 消費者行為導論。	
3	110/03/08~ 110/03/14	Ch02 消費者行為與行銷策略。	
4	110/03/15~ 110/03/21	Ch03 消費者購買決策。	
5	110/03/22~ 110/03/28	Ch04 消費者動機涉入與價值觀。	
6	110/03/29~ 110/04/04	Ch05 消費者知覺。	
7	110/04/05~ 110/04/11	Ch06 消費者學習與記憶。	
8	110/04/12~ 110/04/18	Ch07 消費者態度。	
9	110/04/19~ 110/04/25	課程學習活動與期中考前複習	
10	110/04/26~ 110/05/02	期中考試週	
11	110/05/03~ 110/05/09	Ch8 消費者情緒。	
12	110/05/10~ 110/05/16	Ch9 消費者人格自我概念與生活型態。	
13	110/05/17~ 110/05/23	Ch10 消費者的購買情境。	

14	110/05/24~ 110/05/30	Ch11 文化對消費者的影響。	
15	110/05/31~ 110/06/06	Ch12 團體家庭與社會階層對消費者的影響。	
16	110/06/07~ 110/06/13	Ch13 消費者創新與網路消費行為。	
17	110/06/14~ 110/06/20	課程學習活動與期末考前複習	
18	110/06/21~ 110/06/27	期末考試週	
修課應 注意事項	1.缺課（每次扣5分）次數達學校規定者，不得參加考試及論文報告，學期成績以零分計算。 2.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		
教科書與 教材	自編教材		
參考文獻	林建煌（2019）。消費者行為概論。前程。汪志堅（2019）。消費者行為（六版）。全華。沈永正（2017）。消費者行為（四版）。三民。曾光華（2017）。消費者行為。前程。白滌清（2015）編譯。消費者行為。華泰。陸洛、高旭繁（2020）。消費者行為。滄海。簡明輝（2014）。消費者行為（三版）。新文京。廖淑伶、馬友蕙（2020）。消費者行為。普林斯頓。		
批改作業 篇數	12 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： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆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。		