

淡江大學 109 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者購買行為分析	授課 教師	李銘博 LEE, MING-BON
	CONSUMER BUYING 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：50.00)</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：50.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>3. 洞悉未來。(比重：25.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：25.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：25.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：25.00)</p>			
課程簡介	<p>了解目標客戶的消費行為是成功的行銷管理必備要素，而消費行為並非僅常識，是有系統的理論架構和邏輯推演。本課程從建立行銷管理與消費行為的觀念開始，輔以實際的案例，然後藉由學員日常熟悉的場景觀察與體驗、實作、報告，培養以邏輯論述消費者行為的能力。</p>		
	<p>Understanding consuming behavior is critical and essential. It's not only common knowledge, but also systematic theory & logic. By starting to build up accurate concepts on marketing planning & consuming behavior with case study, followed by students' daily observing, practicing & presenting, to construct and develop capabilities of describing consuming behavior systematically.</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	建立系統化行銷企劃觀念 培養邏輯思考的能力 透過觀察與學習，組織歸納資訊 練習溝通技巧，包括上台簡報、課堂討論表達、講故事	To build up systematic marketing planning concepts To train logic thinking independently To analyze & organize data through observation & learning To develop communication skills, including presentation, discussion, to tell story.

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	AB	3568	講述、討論、發表	測驗、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	110/02/22~ 110/02/28	課程說明	
2	110/03/01~ 110/03/07	行銷管理綱要	
3	110/03/08~ 110/03/14	消費行為在行銷企劃扮演的角色	
4	110/03/15~ 110/03/21	消費者購買決策	
5	110/03/22~ 110/03/28	消費者購買決策	
6	110/03/29~ 110/04/04	消費者的知覺、學習、記憶、動機、價值觀	
7	110/04/05~ 110/04/11	消費者的角色、人格、生活型態、態度、溝通	
8	110/04/12~ 110/04/18	數位時代的消費者行為的改變	
9	110/04/19~ 110/04/25	簡報技巧演練	
10	110/04/26~ 110/05/02	期中考試週	
11	110/05/03~ 110/05/09	個案報告與討論	
12	110/05/10~ 110/05/16	個案報告與討論	

13	110/05/17~ 110/05/23	個案報告與討論	
14	110/05/24~ 110/05/30	個案報告與討論	
15	110/05/31~ 110/06/06	個案報告與討論	
16	110/06/07~ 110/06/13	個案報告與討論	
17	110/06/14~ 110/06/20	回顧學習心得與討論	
18	110/06/21~ 110/06/27	期末考試週	
修課應 注意事項	安靜，不干擾其他同學與教學進行。		
教學設備	電腦、投影機、其它(白板)		
教科書與 教材	消費者行為 蕭富峰著 智勝文化出版 2017版本		
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： 5.0 % ◆平時評量：15.0 % ◆期中評量：35.0 % ◆期末評量：45.0 % ◆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。		