

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	白滌清 DI-CHING PAI
	CONSUMER BEHAVIOR		
開課系級	企管二碩專班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLCXJ2A		
課程與SDGs 關聯性	SDG12 負責任的消費與生產		
系 (所) 教育目標			
提供在職人員精進管理專業課程，以落實實務與理論融合應用之能力。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 能理解與善用企業管理學理。(比重：50.00)			
B. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。(比重：50.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
2. 資訊運用。(比重：50.00)			
5. 獨立思考。(比重：50.00)			
課程簡介	本課程介紹消費者完整的決程程序模式，並引導學生如經由行銷實務學習與應用。主要內容有：描述消費者決策程序模式，瞭解消費者對行銷方案之主要心理程序，瞭解消費者的購買決策，學習如何分析消費者決策程序。		
	The purpose of this course is to introduce consumer behavior theory and practice. Major contents include the following are describing consumer decision process model, understanding what major psychological processes to the marketing program, understanding how consumers make purchasing decisions, and learning how marketers analyze consumer decision making.		

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	瞭解消費者行為理論	understanding consumer behavior theory
2	應用消費者行為理論	applying consumer behavior theory in practice

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	A	2	講述、實作	實作、報告(含口頭、書面)
2	認知	B	5	講述、實作	實作、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	Introduction to Consumer Behavior	
2	110/03/01~ 110/03/07	Consumer Behavior and Consumer Research	
3	110/03/08~ 110/03/14	Creating Marketing Strategies	
4	110/03/15~ 110/03/21	The Consumer Decision Process (校外實作, 暫訂)	
5	110/03/22~ 110/03/28	Need Recognition, Search, and Evaluation	
6	110/03/29~ 110/04/04	Purchase	
7	110/04/05~ 110/04/11	Consumption and Post-Consumption Evaluation (校外實作, 暫訂)	
8	110/04/12~ 110/04/18	Consumer Motivation	
9	110/04/19~ 110/04/25	期中考試週 (校外實作)	
10	110/04/26~ 110/05/02	Cosumer Beliefs, Feelings, Attitudes, and Intentions	
11	110/05/03~ 110/05/09	Culture, Ethnicity, Social Class, Family, and Household Influences	
12	110/05/10~ 110/05/16	Group and Personal Influence	

13	110/05/17~ 110/05/23	Making Contact(校外實作, 暫訂)	
14	110/05/24~ 110/05/30	Shaping Consumers' Opinions	
15	110/05/31~ 110/06/06	Helping Consumers to Remember	
16	110/06/07~ 110/06/13	Final Reporting	
17	110/06/14~ 110/06/20	期末考試週	
18	110/06/21~ 110/06/27	教師彈性補充教學： Final Reporting	
修課應 注意事項	<p>(一)主動積極：</p> <p>1.閱讀商管相關文章與報導 2.隨時觀察行銷活動及廣告 3.要有書、要上課、要交報告</p> <p>(二)教室規則：</p> <p>1.鼓勵服儀整潔, 不穿拖鞋 2.鼓勵主動發問, 不聊天及製造噪音 3.鼓勵生活自律, 不飲食超過5分鐘 4.學習應對進退, 尊師重道友愛同學</p>		
教學設備	電腦、投影機、其它(iclass平台)		
教科書與 教材	Blackwell, Miniard, Engel, Pai, Norjaya, Wan jooria. Consumer Behavior. CENGAGE Learning. 華泰。 教學平台講義教材		
參考文獻	Solomon, Consumer Behavior, 9th ed., Pearson.		
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	<p>◆出席率： % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量： %</p> <p>◆期末評量： %</p> <p>◆其他〈期末報告〉：60.0 %</p>		
備考	<p>「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。</p> <p>※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。</p>		