

淡江大學 110 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	SDG3 良好健康和福祉 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	分成14章介紹消費者行為的相關知識及實例。		
	This course – Consumer Behavior is an important part of Marketing. It will be divided into 14 chapters to introduce, including related knowledge and case study.		

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	幫助同學瞭解消費者行為，並培養同學分析與解決行銷問題的能力。	It will help students to understand consumer behavior, and enhance the ability of marketing.

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、作業

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	111/02/21~ 111/02/25	課程規定與概述	
2	111/02/28~ 111/03/04	第1章：消費者行為導論	
3	111/03/07~ 111/03/11	第2章：消費者行為與行銷策略	
4	111/03/14~ 111/03/18	第3章：消費者購買決策	
5	111/03/21~ 111/03/25	第4章：消費者動機、涉入與價值觀	
6	111/03/28~ 111/04/01	第5章：消費者知覺	
7	111/04/04~ 111/04/08	教學行政觀摩日	
8	111/04/11~ 111/04/15	第6章：消費者學習與記憶	
9	111/04/18~ 111/04/22	第7章：消費者態度	
10	111/04/25~ 111/04/29	期中考試週	
11	111/05/02~ 111/05/06	第8章：消費者情緒	
12	111/05/09~ 111/05/13	第9章：消費者人格、自我概念與生活型態	
13	111/05/16~ 111/05/20	第10章：購買情境	
14	111/05/23~ 111/05/27	第11章：文化與次文化	

15	111/05/30~ 111/06/03	第12章：參考團體與意見領袖	
16	111/06/06~ 111/06/10	第13章：社會階層	
17	111/06/13~ 111/06/17	第14章：家庭	
18	111/06/20~ 111/06/24	期末考試週	
修課應 注意事項	1.應準時出席上課 2.論文研讀報告須繳交		
教學設備	電腦		
教科書與 教材	曾光華，消費者行為：洞察生活、掌握行銷，四版，前程文化事業股份有限公司，2021年4月。		
參考文獻	廖淑伶、馬友蕙 (2019)。消費者行為。前程。汪志堅 (2018)。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 (2015)。消費者行為。滄海。簡明輝 (2014)。消費者行為 (三版)。新文京。網路資源。國家圖書關碩博士論文。		
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： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈論文研讀報告〉：20.0 %		
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。		