

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>本課程將以理論與實務結合的方式講課，佐以學生分組討論，俾使學習之後，得以以邏輯的方式思考消費行為和規劃行銷企劃。有志從事行銷企劃工作，願意花時間閱讀與分組討論分享，全程學習的學生，修習本課程才有效益。</p>		
	<p>The course aims at building up logic thinking on marketing planning & understanding consumer behavior. The lecture in the class will combine with theory and practice, plus group discussion in the class. The course is developed for the student who aims at career of marketing related and is willing to participate reading and share in group discussion so as to benefit from the course.</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	111/02/21~ 111/02/25	課程說明	
2	111/02/28~ 111/03/04	行銷管理綱要	
3	111/03/07~ 111/03/11	行銷策略管理 - 消費者篇 (一)	
4	111/03/14~ 111/03/18	行銷策略管理 - 消費者篇 (二)	
5	111/03/21~ 111/03/25	行銷策略管理 - 市場競爭篇	
6	111/03/28~ 111/04/01	行銷策略管理 - 策略篇 (一)	
7	111/04/04~ 111/04/08	行銷策略管理 - 策略篇 (二)	
8	111/04/11~ 111/04/15	行銷策略管理 - 品牌篇	
9	111/04/18~ 111/04/22	消費者購買決策	
10	111/04/25~ 111/04/29	期中考試週	
11	111/05/02~ 111/05/06	消費者購買決策 - 消費者端	
12	111/05/09~ 111/05/13	消費者購買決策 - 商品端	

13	111/05/16~ 111/05/20	數位時代的消費者分析	
14	111/05/23~ 111/05/27	數位行銷	
15	111/05/30~ 111/06/03	端午節彈性休假	
16	111/06/06~ 111/06/10	個案研討 - 金融業為例	
17	111/06/13~ 111/06/17	回顧學習心得與討論	
18	111/06/20~ 111/06/24	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。 準時出席，遲到10分鐘扣分。 參與課堂分組討論。 有心，有志學習行銷企劃和消費者行為者才選修本課程。		
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 行銷管理 Philip Kotler等著 華泰文化15版		
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：20.0 % ◆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。		