

淡江大學 1 1 1 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者行為專題研討	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	CONSUMER BEHAVIOR SEMINAR		
開課系級	國行一碩專班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLFAJ1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
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：25.00)</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：25.00)</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：20.00)</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：15.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：10.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：15.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：10.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：20.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：20.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	顧客或消費者行為乃是行銷策略制定之核心，更重要的是消費者行為是一種得以被激勵(motivated)的行為，本課程將介紹一些與顧客(或消費者)行為有關的重要模式、理論與概念，並進一步引導同學思考這些重要模式、理論與概念如何應用於實際的範例之中，並剖析其對行銷策略制定之影響。
	For a marketing strategy to be successful marketer should try their best to understand why their customer behave in certain ways. The important concepts and knowledge related to consumer behavior will be illustrated in the course , and how does those concepts and knowledge impact the marketing strategies will be also emphasized in the course.

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	本課程將介紹與消費者行為有關的重要觀念、模式與理論,引導同學思考這些重要的觀念、模式與理論對行銷策略制定的重要影響。	The Primary objective is to enable students to analyze consumer behavior.Besides,this course will put an emphasis on the application of marketing models.

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	12345678	講述、討論	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	111/09/05~111/09/11	中秋節連假	
2	111/09/12~111/09/18	Introduction	
3	111/09/19~111/09/25	業師講座與研討1:個案研討(從實體到虛擬)	
4	111/09/26~111/10/02	業師講座與研討2:經濟情勢分析與策略規劃-以股市分析為例	
5	111/10/03~111/10/09	業師講座與研討3: 故事行銷	
6	111/10/10~111/10/16	業師講座與研討4:整合行銷傳播(IMC)案例剖析	

7	111/10/17~ 111/10/23	業師講座與研討5:消費者洞察與價值增長	
8	111/10/24~ 111/10/30	業師講座與研討6:中美貿易戰和科技戰之後續	
9	111/10/31~ 111/11/06	業師講座與研討7:兩岸從競合到完全競爭	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中報告	
11	111/11/14~ 111/11/20	業師講座與研討8:當碳達峰與碳中和蔚為風潮	
12	111/11/21~ 111/11/27	業師講座與研討9:消費者行為法律面面觀	
13	111/11/28~ 111/12/04	業師講座與研討10:藍海策略與OGSM	
14	111/12/05~ 111/12/11	業師講座與研討11:跨文化廣告案例剖析	
15	111/12/12~ 111/12/18	業師講座與研討12:疫後消費市場之劇變	
16	111/12/19~ 111/12/25	業師講座與研討主題 13:全球經濟與台灣經濟(中等收入陷阱)	
17	111/12/26~ 112/01/01	業師講座與研討14:個案研討	
18	112/01/02~ 112/01/08	期末報告	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機、其它(業師分享)		
教科書與 教材	Reading Assignments		
參考文獻	Marketin Management Strategies 6ed. by Ferrell and Hartline Consumer Behavior , by Blackwell, Miniard,and Engle 10ed.		
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： % ◆期末評量： % ◆其他〈報告成績〉：70.0 %		
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。		