

淡江大學 112 學年度第 1 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	企管一碩士班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLCXM1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG12 負責任的消費與生產		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、強化專業知識。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 能理解與善用企業管理學理。(比重：5.00)</p> <p>B. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。(比重：40.00)</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成研究專案。(比重：5.00)</p> <p>D. 能整合資訊應用與服務解決企業管理相關問題。(比重：40.00)</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。(比重：5.00)</p> <p>F. 能運用外語增進管理專業成長。(比重：5.00)</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：20.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：10.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：10.00)</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：10.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：10.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：10.00)</p>			

課程簡介	本課程介紹消費者完整的決策程序模式，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	ABCDEF	5	講述、實作	實作、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABCDEF	12345678	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	112/09/11~112/09/17	Introduction to Consumer Behavior, Consumer Behavior and Consumer Research	
2	112/09/18~112/09/24	Creating Marketing Strategies, The Consumer Decision Process	
3	112/09/25~112/10/01	Need Recognition, Search, and Evaluation; Purchase	
4	112/10/02~112/10/08	Consumption and Post-Consumption Evaluation; Consumer Motivation	
5	112/10/09~112/10/15	Cosumer Beliefs, Feelings, Attitudes, and Intentions; Culture, Ethnicity, Social Class, Family, and Household Influences	

6	112/10/16~ 112/10/22	Group and Personal Influence; Making Contact	
7	112/10/23~ 112/10/29	Shaping Consumers' Opinions; Helping Consumers to Remember	
8	112/10/30~ 112/11/05	論文評析、評論	
9	112/11/06~ 112/11/12	論文評析、評論	
10	112/11/13~ 112/11/19	論文評析、評論	
11	112/11/20~ 112/11/26	論文評析、評論	
12	112/11/27~ 112/12/03	論文評析、評論	
13	112/12/04~ 112/12/10	論文評析、評論	
14	112/12/11~ 112/12/17	Final Report	
15	112/12/18~ 112/12/24	Final Report	
16	112/12/25~ 112/12/31	Final Report	
17	113/01/01~ 113/01/07	Final Report	
18	113/01/08~ 113/01/14	Final Report	
課程培養 關鍵能力			
跨領域課程			
特色教學 課程			
課程 教授內容		邏輯思考	
修課應 注意事項		教室規則： 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	
教科書與 教材		自編教材:教科書、簡報、講義	
參考文獻		Solomon, Consumer Behavior, 9th ed., Pearson.	

學期成績 計算方式	◆出席率： 20.0 %   ◆平時評量：40.0 %   ◆期中評量：        % ◆期末評量：        % ◆其他〈期末報告〉：40.0 %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※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。</b>