

淡江大學 112 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	吳岳憲 WU, YUEH-HSIEN
	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 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
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」。 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。 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。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：10.00) B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：10.00) C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：10.00) D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：70.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：25.00) 2. 資訊運用。(比重：5.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：25.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：25.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	1. 讓同學理解消費者行為的主要議題及研究方法，掌握影響消費者行為的各項因素； 2. 學習洞察消費者的策略、方法與工具； 3. 提高學生學習動機，並養成主動學習的習慣； 4. 練習如何洞察消費者及其消費行為，以及應用理論來分析消費現象。
	1. Help students understand the main topics and research methods of consumer behavior, and master the factors that affect consumer behavior; 2. Learn strategies, methods and tools to gain insight into consumers; 3. Improve students' learning motivation and develop the habit of active learning; 4. Practice insight into consumers and their consumption behavior, and apply theory to analyze consumption phenomena.

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	本課程乃有系統地探討消費者行為理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用。藉以提升同學對消費者行為議題的興趣，並培養同學分析與解決行銷問題的能力	This course systematically discusses the theory of consumer behavior and its application, emphasizes the analysis of important concepts, and explains the application of the theory with domestic and foreign examples and life experiences. To enhance students' interest in consumer behavior issues and cultivate students' ability to analyze and solve marketing problems

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、發表	作業、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	113/02/19~ 113/02/25	第1章：消費者行為導論	
2	113/02/26~ 113/03/03	第2章：消費者行為與行銷策略	
3	113/03/04~ 113/03/10	第3章：消費者購買決策	

4	113/03/11~ 113/03/17	第4章：消費者動機、涉入與價值觀	
5	113/03/18~ 113/03/24	第5章：消費者知覺	
6	113/03/25~ 113/03/31	第6章：消費者學習與記憶	
7	113/04/01~ 113/04/07	第7章：消費者態度	
8	113/04/08~ 113/04/14	第8章：消費者情緒	
9	113/04/15~ 113/04/21	期中考試週	
10	113/04/22~ 113/04/28	第9章：消費者人格、自我概念與生活型態	
11	113/04/29~ 113/05/05	第10章：購買情境	
12	113/05/06~ 113/05/12	第11章：文化與次文化	
13	113/05/13~ 113/05/19	第12章：參考團體與意見領袖	
14	113/05/20~ 113/05/26	第13章：社會階層	
15	113/05/27~ 113/06/02	第14章：家庭	
16	113/06/03~ 113/06/09	總複習及回顧	
17	113/06/10~ 113/06/16	期末考試週(本學期期末考試日期 為：113/6/11-113/6/17)	
18	113/06/17~ 113/06/23	教師彈性教學週(應安排學習活動如補救教學、專題學習或者其他教學內容，不得放假)	
課程培養 關鍵能力		自主學習、問題解決	
跨領域課程		授課教師專業領域教學內容以外，融入其他學科或邀請非此課程領域之專家學者進行知識(教學)分享	
特色教學 課程		產學合作課程	
課程 教授內容		邏輯思考	
修課應 注意事項			

教科書與教材	自編教材：簡報、影片 採用他人教材：教科書、簡報、影片 教材說明： 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	Blackwell, R. D., P. W. Miniard, and J. F. Engel (2007), Consumer Behavior, 10th. ed., Thompson.
學期成績計算方式	◆出席率： 30.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆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。