

淡江大學 113 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	毛麗菁 MAO, LI-CHING
	CONSUMER BEHAVIOR		
開課系級	國企系進學四 B	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLFXE4B		
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			
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內涵及研究方法，了解影響消費者行為的因素。 2. 學習洞察消費者的策略、方法與工具。 3. 讓學生學習並養成良好的學習習慣。 4. 學習觀察消費者及其消費行為，並應用理論分析消費現象。
	1. Help students understand the connotation 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. Help 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	本課程乃探討消費者行為理論及其應用，強調觀念的解析，並以國內外實例與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，並培養及提高分析與解決行銷問題的能力	This course 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 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	討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)、活動參與

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	113/09/09~ 113/09/15	消費者行為概論	
2	113/09/16~ 113/09/22	消費者行為與行銷策略(一)	
3	113/09/23~ 113/09/29	消費者行為與行銷策略(二)	

4	113/09/30~ 113/10/06	消費者行為差異與特質(一)	
5	113/10/07~ 113/10/13	國慶日	
6	113/10/14~ 113/10/20	消費者行為差異與特質(二)	
7	113/10/21~ 113/10/27	消費行為與動機(一)	
8	113/10/28~ 113/11/03	消費行為與動機(二)	
9	113/11/04~ 113/11/10	期中考試週	
10	113/11/11~ 113/11/17	消費者行為與溝通(一)	
11	113/11/18~ 113/11/24	消費者行為與溝通(二)	
12	113/11/25~ 113/12/01	社會.文化與消費者(一)	
13	113/12/02~ 113/12/08	社會.文化與消費者(二)	
14	113/12/09~ 113/12/15	消費決策與消費研究(一)	
15	113/12/16~ 113/12/22	消費決策與消費研究(二)	
16	113/12/23~ 113/12/29	消費者行為之探討	
17	113/12/30~ 114/01/05	期末考試週	
18	114/01/06~ 114/01/12	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			
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			

教科書與教材	採用他人教材:教科書 教材說明: Leon G.Schiffman ,Joseph Wisenblit 原著 顧萱萱. 郭建志 編譯
參考文獻	
學期成績 計算方式	◆出席率： % ◆平時評量：30.0 % ◆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。