

淡江大學 113 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者行為實務與案例分析	授課 教師	張俊惠 CHANG CHUN-HUI
	CONSUMER BEHAVIOR PRACTICES AND CASE ANALYSIS		
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：10.00)</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：10.00)</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：50.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：15.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：5.00)</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：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：30.00)</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。
	Customer or consumer behavior is the core of marketing strategy. More importantly, consumer behavior is a motivated behavior. This course will introduce some important patterns, theories, and concepts related to customer (or consumer) behavior, and further guide students to think about how these important patterns, theories, and concepts can be applied to actual examples, and analyze their impact on the formulation of marketing strategies.

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,邀請業界講師分享實務案例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。	This course will introduce important concepts, patterns, and theories related to consumer behavior. We will invite industry speakers to share practical cases to guide students to think about the important impact of these important concepts, patterns, and theories on the formulation of marketing strategies.

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	113/09/09~ 113/09/15	Introduction	
2	113/09/16~ 113/09/22	業師實務案例講座1:思維/作為分享(案例 deep learning)	
3	113/09/23~ 113/09/29	業師實務案例講座2: 整合行銷傳播(IMC)案例剖析	

4	113/09/30~ 113/10/06	業師實務案例講座3:從兩岸經貿關係變革談計質性變數的信度與效度 之一:計量模型預測與計質性方法預測之差異	
5	113/10/07~ 113/10/13	業師實務案例講座4:跨文化廣告案例剖析	
6	113/10/14~ 113/10/20	業師實務案例講座5:白板工作坊	
7	113/10/21~ 113/10/27	業師實務案例講座6:藝術品行銷-大千世界看大千	
8	113/10/28~ 113/11/03	業師實務案例講座7:Consumer Insight實務案例剖析	
9	113/11/04~ 113/11/10	期中報告	
10	113/11/11~ 113/11/17	業師實務案例講座8:設計行銷-好宅風水造命知多少	
11	113/11/18~ 113/11/24	業師實務案例講座9:從STP到OGSM	
12	113/11/25~ 113/12/01	業師講座與研討10:從兩岸經貿關係變革談計質性變數的信度與效度之二:以貿易及科技戰六年後的兩岸經貿為討論案例	
13	113/12/02~ 113/12/08	業師講座與研討11:傳統貿易如何華麗轉身躍上亞馬遜平台	
14	113/12/09~ 113/12/15	業師講座與研討12:從電子商務與新零售談行銷研究的典範轉移 之一:電子商務顛覆了哪些傳統行銷觀念	
15	113/12/16~ 113/12/22	業師講座與研討13:從電子商務與新零售談行銷研究的典範轉移 之一:以大陸電子商務發展為討論案例	
16	113/12/23~ 113/12/29	業師講座與研討主題 14:支柱產業成就條件的探討	
17	113/12/30~ 114/01/05	期末報告	
18	114/01/06~ 114/01/12	學期期末補充教學	
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 永續議題		
修課應 注意事項			

教科書與教材	自編教材:講義 教材說明: 老師自編講義
參考文獻	Marketin Management Strategies 6ed, by Ferrell and Hartline Consumer Behavior , by Blackwell, Miniard,and Engle 10ed.
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。