

淡江大學 113 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	白滌清 DI-CHING PAI
	CONSUMER BEHAVIOR		
開課系級	企管二P	開課 資料	以實整虛課程 選修 單學期 3學分
	TLCXB2P		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
系 (所) 教育目標			
<p>一、熟悉專業知能。</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. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：30.00)</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。(比重：10.00)</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。(比重：30.00)</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。(比重：20.00)</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。(比重：10.00)</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：10.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：5.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：5.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：10.00)</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	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 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	ABCDE	12345678	講述、實作	測驗、報告(含口頭、書面)
2	認知	ABCDE	12345678	講述、實作	測驗、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註 (採數位教學之週次，請填「線上非同步教學」)
1	114/02/17~ 114/02/23	課程說明、分組、討論	
2	114/02/24~ 114/03/02	消費者行為導論	
3	114/03/03~ 114/03/09	顧客導向的行銷策略	
4	114/03/10~ 114/03/16	消費者決策程序	
5	114/03/17~ 114/03/23	需要確認、搜尋與評估	

6	114/03/24~ 114/03/30	購買	行政觀摩日
7	114/03/31~ 114/04/06	消費與消費後評估	
8	114/04/07~ 114/04/13	消費者動機	
9	114/04/14~ 114/04/20	期中考/期中評量週(老師得自行調整週次)	
10	114/04/21~ 114/04/27	文化、種族地位、社會階層、家庭與家戶	
11	114/04/28~ 114/05/04	文化、種族地位、社會階層、家庭與家戶	
12	114/05/05~ 114/05/11	群體與個人影響	
13	114/05/12~ 114/05/18	與消費者接觸	「線上非同步教學」
14	114/05/19~ 114/05/25	塑造消費者意見、協助消費者記憶	「線上非同步教學」
15	114/05/26~ 114/06/01	繳交期末書面報告、期末報告(上台簡報)	
16	114/06/02~ 114/06/08	期末報告(上台簡報)	
17	114/06/09~ 114/06/15	期末考/期末評量週(老師得自行調整週次)	
18	114/06/16~ 114/06/22	教師彈性教學週(原則上不上實體課程，教師得安排教學活動或期末評量等)	
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		修課應注意事項 一、原則上每節課均會點名、不補點名。考試及作業不補交。 二、不穿拖鞋、不聊天及製造噪音、不飲食。 三、相互尊重。	
教科書與 教材		自編教材:簡報、講義	
參考文獻		Solomon, Consumer Behavior, Pearson. Blackwell, Consumer Behavior, CENGAGE Learning. 華泰	

<p>學期成績 計算方式</p>	<p>◆出席率： 15.0 % ◆平時評量：15.0 % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆其他〈期末報告〉：20.0 %</p>
<p>備 考</p>	<p>1. 「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。</p> <p>2. 依「專科以上學校遠距教學實施辦法」第2條規定：「本辦法所稱遠距教學課程，指每一科目授課時數二分之一以上以遠距教學方式進行」。</p> <p>3. 依「淡江大學數位教學施行規則」第3條第2項，本校遠距教學課程須為「於本校遠距教學平台或同步視訊系統進行數位教學之課程。授課時數包含課程講授、師生互動討論、測驗及其他學習活動之時數」。</p> <p>4. 如有課程臨時異動(含遠距教學、以實整虛課程之上課時間及教室異動)，請依規定向教務處提出申請。</p> <p>※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。</p>