

淡江大學 113 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費社會與社群經營	授課 教師	曾義明 TSENG YI-MING
	CONSUMER BEHAVIOR AND SOCIAL COMMUNITY		
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 SDG12 負責任的消費與生產 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：25.00) B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：25.00) C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：25.00) D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：25.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：20.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：10.00) 6. 樂活健康。(比重：10.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

課程簡介	主旨在分析市場與消費者的行為，以課堂講授與個案分析討論的方式，使同學利用個案的例子。內容議題包含基本的消費者行為基本理論，決策過程理論，消費者知識，以及有關，參考群體，家庭，社會階層與個人因素等。其他如文化創意產業，藝術消費市場，新型科技產品消費行為，旅遊風潮趨勢。				
	The focus is on analyzing market and consumer behavior through classroom lectures and case analysis discussions. This approach allows students to utilize examples from cases. The content covers fundamental theories of consumer behavior, decision-making process theories, consumer knowledge, and factors related to reference groups, family, social class, and individual elements. Other topics include cultural and creative industries, art consumption markets, consumer behavior towards emerging technology products, and trends in travel preferences.				
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	瞭解當代台灣消費者相關趨勢與議題，協助學生開發碩士論文新題目與建立研究架構 並兼具能有運用於食物的西費者行為知識			As above	
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	技能	ABCD	12345678	講述、討論、體驗	測驗、討論(含課堂、線上)
授 課 進 度 表					
週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)			備註
1	114/02/17~ 114/02/23	社會趨勢,社群經營,決策理論,個人因素,家庭影響,參考群體,社會階層,流行體系, 文化創意產業, 創意			
2	114/02/24~ 114/03/02	全部內容請見上述，依週別分配教授，請至教學資源平台下載 http://tsp.ec.tku.edu.tw/QuickPlace/086444qp/Main.nsf/h_Toc/9982fac9239dd70e48257eac0042d7d3/?OpenDocument			
3	114/03/03~ 114/03/09	消費者決策過程			

4	114/03/10~ 114/03/16	消費文化	
5	114/03/17~ 114/03/23	環境趨勢	
6	114/03/24~ 114/03/30	創意 觀察能力	
7	114/03/31~ 114/04/06	社群行為	
8	114/04/07~ 114/04/13	社群行為之 親近 吸引力	
9	114/04/14~ 114/04/20	社群行為 團體的形成	
10	114/04/21~ 114/04/27	創新擴散與流行體系	
11	114/04/28~ 114/05/04	消費的價值	
12	114/05/05~ 114/05/11	消費者態度	
13	114/05/12~ 114/05/18	消費者動機	
14	114/05/19~ 114/05/25	家庭與個人因素	
15	114/05/26~ 114/06/01	參考群體	
16	114/06/02~ 114/06/08	演講	
17	114/06/09~ 114/06/15	請見教學進度表	
18	114/06/16~ 114/06/22	期末報告	
課程培養 關鍵能力		自主學習	
跨領域課程		STEAM課程(S科學、T科技、E工程、M數學，融入A人文藝術領域) 素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEEP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics))	
特色教學 課程		USR課程 產學合作課程 翻轉教學課程	
課程 教授內容		程式設計或程式語言(學生有實際從事相關作業或活動) 邏輯思考	
修課應 注意事項		無	

教科書與教材	自編教材：簡報、講義 採用他人教材：簡報
參考文獻	
學期成績計算方式	◆出席率： 50.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：50.0 % ◆期末評量： % ◆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。