

淡江大學 114 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者購買行為分析	授課 教師	曾義明 TSENG YI-MING
	CONSUMER BUYING BEHAVIOR		
開課系級	國企系經管三P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLFAB3P		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施 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：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：40.00) D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：40.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：30.00) 2. 資訊運用。(比重：10.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：30.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：5.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	<p>(中) 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1基本的消費者行為基本理論，2決策過程理論，3消費者知識，4參考群體，5家庭，6社會階層與個人因素等。</p> <p>論文研討則包含：7樂活族群分析，8自然與環保議題，9創意生活，10文化創意產業，11藝術消費市場，12新型科技產品消費行為，13旅遊風潮趨勢。國家議題：14日本文化特色之基本認</p>
	<p>The topics include 1) fundamental theories of consumer behavior, 2) decision-making process theories, 3) consumer knowledge, 4) reference groups, 5) family, 6) social class, and individual factors. Additionally, discussions will cover 7) lifestyle group analysis, 8) environmental and sustainability issues, 9) creative living, 10) cultural and creative industries, 11) art consumption markets, 12) consumer behavior towards emerging technology products</p>

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	培養能做出市場方向思考以及訂定策略之思考能力，期許同學們能發展出的能力。	The goal is to cultivate the ability to think strategically and make market-oriented decisions, with the expectation that students will develop these capabilities.

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	測驗、作業

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	115/02/23~ 115/03/01	每日教學資訊內容眾多，請見i CLASS	
2	115/03/02~ 115/03/08	社會環境分析	
3	115/03/09~ 115/03/15	消費者行為總論	
4	115/03/16~ 115/03/22	消費決策過程	
5	115/03/23~ 115/03/29	消費決策過程	
6	115/03/30~ 115/04/05	(校外教學)態度的形成	

7	115/04/06~ 115/04/12	態度的改變	
8	115/04/13~ 115/04/19	動機研究	
9	115/04/20~ 115/04/26	期中考/期中評量週(老師得自行調整週次)	
10	115/04/27~ 115/05/03	校外參訪與教學	
11	115/05/04~ 115/05/10	動機產生	
12	115/05/11~ 115/05/17	社會階層	
13	115/05/18~ 115/05/24	個人因素差異	
14	115/05/25~ 115/05/31	文化因素	
15	115/06/01~ 115/06/07	校外教學 社區大學	
16	115/06/08~ 115/06/14	期末多元評量週	
17	115/06/15~ 115/06/21	期末多元評量週/教師彈性教學週	
18	115/06/22~ 115/06/28	教師彈性教學週	
課程培養 關鍵能力		自主學習、國際移動	
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		產學合作課程 專案實作課程 翻轉教學課程	
課程 教授內容		智慧財產(課程內容教授智慧財產) 邏輯思考 綠色能源 A I 應用	
修課應 注意事項		出席與用心 期中評量即為所有平時評量 依且以上課後首次上課說明為準	
教科書與 教材		自編教材:簡報、講義 採用他人教材:教科書	
參考文獻			

學期成績 計算方式	◆出席率： 33.0 % ◆平時評量：29.0 % ◆期中評量：5.0 % ◆期末評量：33.0 % ◆其他〈 〉： %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： https://web2.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。 ※「遵守智慧財產權觀念」及「不得非法影印、下載及散布」。請使用正版教科 書，勿非法影印他人著作，以免觸法。