

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費行為	授課 教師	劉青英
	CONSUMER BEHAVIOR		
開課系級	大傳二A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TAMXB2A		
學系(門)教育目標			
<p>一、培養說故事與文化行銷專業之傳播人才。</p> <p>二、訓練具跨媒體訊息處理專業之傳播人才。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 具人文素養與社會關懷之能力。</p> <p>B. 團隊合作與溝通協調能力。</p> <p>C. 理解傳播相關倫理與社會責任之能力。</p> <p>D. 理解社會趨勢與產業現況之能力。</p> <p>E. 發掘、分析與解決傳播問題之能力。</p> <p>F. 理解傳播相關專業理論之能力。</p> <p>G. 企劃設計與執行傳播實務所需技術之能力。</p> <p>H. 具掌握與融合理論知識與實作創意之能力。</p>			
課程簡介	<p>消費行為學運用層面相當廣泛，如媒介傳播、產品銷售、甚至於政令宣導等活動，皆須透過調查了解視聽眾或消費者認知、喜好、及採取的行動，藉以了解活動是否達到預期效果，並修正行銷策略。本課程將運用研究報告實例訓練同學解析消費者行為，進一步能預測消費者行為。</p>		
	<p>Consumer behavior studies are applied broadly, such as mass communication, product marketing, even political campaigns. By means of market research, marketers are able to understand consumers' perception, preference, and actions, and know if campaigns reach expectations and modify strategies if necessary. The course will apply many real cases of research studies to train students to analyse consumer behaviors and furthermore, to predict consumer behaviors.</p>		

本課程教學目標與目標層級、學生基本能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「學生基本能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「學生基本能力」。單項教學目標若對應「學生基本能力」有多項時，則可填列多項「學生基本能力」(例如：「學生基本能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	學生基本能力
1	了解各種市場研究工具及方法	understanding tools and methods of market research.	C2	CD
2	熟悉消費行為通用觀念 術語及評估指標	nderstanding consumer behavior terminologies and indices	C3	DEF
3	分析解讀實際市場研究範例	sharing and analyzing real research cases	C4	BDEH

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	了解各種市場研究工具及方法	課堂講授	出席率、期中考
2	熟悉消費行為通用觀念 術語及評估指標	課堂講授	出席率、討論、期中考
3	分析解讀實際市場研究範例	課堂講授、分組討論	報告、討論

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~100/02/20	初步探索消費行為基本面向	
2	100/02/21~100/02/27	量化市場研究	
3	100/02/28~100/03/06	質化市場研究	
4	100/03/07~100/03/13	市場研究新趨勢	
5	100/03/14~100/03/20	消費行為基本概念及研究實例說明	

6	100/03/21~ 100/03/27	價格接受度及研究實例說明	
7	100/03/28~ 100/04/03	品牌資產概念 及研究實例說明	
8	100/04/04~ 100/04/10	新產品上市預測 及研究實例說明	
9	100/04/11~ 100/04/17	媒體效果測量及研究實例 - 電子媒體	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	媒體效果測量及研究實例 - 平面, 廣播及戶外媒體	
12	100/05/02~ 100/05/08	媒體效果測量及研究實例 - 網路媒體	
13	100/05/09~ 100/05/15	期末報告說明及分組討論	
14	100/05/16~ 100/05/22	參觀大傳系畢展	提交心得者可獲加分
15	100/05/23~ 100/05/29	期末報告分組討論	
16	100/05/30~ 100/06/05	小組報告演示	
17	100/06/06~ 100/06/12	小組報告演示	
18	100/06/13~ 100/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機、其它(網路)		
教材課本			
參考書籍			
批改作業 篇數	篇 (本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫)		
學期成績 計算方式	◆平時考成績： % ◆期中考成績：45.0 % ◆期末考成績：40.0 % ◆作業成績： % ◆其他〈出席率5%, 參觀畢展並提交心得 5%,〉：15.0 %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址： http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。		