

淡江大學 99 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	消費者行為	授課 教師	張俊惠 Chang Chun-hui
	CONSUMER BEHAVIOR		
開課系級	國企系進學二A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TBTXE2A		
學系(門)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>			
學生基本能力			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</p> <p>C. 培訓具有審視國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有外語運用能力。</p> <p>E. 培訓具有數理邏輯思考與經濟分析之能力。</p> <p>F. 培訓具有國際品牌與行銷管理之能力。</p> <p>G. 培訓具有財務金融應用之能力。</p> <p>H. 培訓具有經貿法規與國際經濟組織之基本素養。</p> <p>I. 培訓具有團隊合作與社會服務之精神。</p>			
課程簡介	本課程將聚焦於消費者如何進行有關之購物決策，及及影響其決策之相關關鍵因素為何之介紹與探討。		
	This subject focuses on how and why consumers make specific decisions and behave in certain ways.		

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	透過課程相關觀念的介紹及分析，學生將對消費者購買決策之制定及其制定的過程有關之影響因素有深刻的認識與了解，進一步對其將來從事相關領域的工作有關顧客行為的剖析有更精闢的見解。	Students will learn many concepts that can later be applied to their consumer related job responsibilities, and they can also apply to their own consumer activities, making them the wiser consumers.	P1	ACEFI
2	本課程將使學生確實了解消費者的有關購買決策如何制定，及影響其決策進行之相關影響因素，有助於學生未來在相關領域工作知識及技能之應用。T	This subject will focuses on how and why consumers make specific decisions and behave in certain ways. They also can learn many concepts that can be applied to consumer related job responsibilities, or apply to their own consumer activities, making them wiser consumers.	C1	ACEFI

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	透過課程相關觀念的介紹及分析，學生將對消費者購買決策之制定及其制定的過程有關之影響因素有深刻的認識與了解，進一步對其將來從事相關領域的工作有關顧客行為的剖析有更精闢的見解。	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考、期末考
2	本課程將使學生確實了解消費者的有關購買決策如何制定，及影響其決策進行之相關影響因素，有助於學生未來在相關領域工作知識及技能之應用。T	課堂講授、分組討論、參觀實習	出席率、報告、討論、期中考、期末考

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~ 100/02/20	Introduction	
2	100/02/21~ 100/02/27	Consumer Behavior and Consumer Research	
3	100/02/28~ 100/03/06	228	
4	100/03/07~ 100/03/13	The Consumer Decision Process	
5	100/03/14~ 100/03/20	Pre-Purchase Processes: Need Recognition, Search, and Evaluation	
6	100/03/21~ 100/03/27	Purchase	
7	100/03/28~ 100/04/03	Post-Purchase Processes: Consumption and Post-Consumption Evaluations	
8	100/04/04~ 100/04/10	案例1	
9	100/04/11~ 100/04/17	案例2	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	Individual Determinants of Consumer Behavior	
12	100/05/02~ 100/05/08	Environmental Influences on Consumer Behavior	
13	100/05/09~ 100/05/15	分組討論報告1	
14	100/05/16~ 100/05/22	分組討論報告2	
15	100/05/23~ 100/05/29	分組討論報告3	
16	100/05/30~ 100/06/05	分組討論報告4	
17	100/06/06~ 100/06/12	分組討論報告5	
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	
教材課本		reading assignments and notes	
參考書籍		Consumer Behavior by Blackwell, Miniard, and Engel	

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：20.0 %   ◆期中考成績：20.0 %   ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績：          % ◆其他〈分組報告〉：30.0 %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 <b>※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。</b>