

貳、課程教學計畫

一	教學目標	<p>1.認知：(1)使學生熟悉消費者購買決策過程。 (2)使學生了解影響消費者購買行為之各項個體與總體因素。</p> <p>2.情意：(1)使學生對自身之消費行為進行反思。 (2)提高學生探究消費者行為之興趣。</p> <p>3.技能：使學生能夠將消費者行為基礎概念運用於實務管理工作上。</p>																																																									
二	適合修習對象	<p>1.修讀過企業管理及行銷管理之學生。</p> <p>2.對消費者行為理論與實務應用有興趣及有創意的學生。</p> <p>3.以創業行銷模組為修課主軸，期望訓練問題洞察識別及撰寫行銷企劃書能力的學生。</p> <p>4.想參加實務競賽及畢業後想從事相關工作學生。</p>																																																									
三	課程內容大綱	<p>(請填寫每週次的授課內容及授課方式)</p> <table border="1" data-bbox="470 689 1343 1720"> <thead> <tr> <th>週次</th> <th>授課內容</th> <th>授課方式</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1</td><td>課程及網路大學平台說明</td><td>面授教學</td></tr> <tr><td>2</td><td>教學活動說明</td><td>面授教學</td></tr> <tr><td>3</td><td>消費者行為基礎</td><td>面授教學</td></tr> <tr><td>4</td><td>消費者知覺</td><td>面授教學</td></tr> <tr><td>5</td><td>消費者學習</td><td>面授教學</td></tr> <tr><td>6</td><td>消費者態度</td><td>同步遠距教學</td></tr> <tr><td>7</td><td>消費者決策過程</td><td>同步遠距教學</td></tr> <tr><td>8</td><td>消費者動機</td><td>非同步遠距教學</td></tr> <tr><td>9</td><td>議題討論</td><td>面授教學</td></tr> <tr><td>10</td><td>人格特質、生活型態與價值</td><td>非同步遠距教學</td></tr> <tr><td>11</td><td>文化</td><td>非同步遠距教學</td></tr> <tr><td>12</td><td>參考群體</td><td>同步遠距教學</td></tr> <tr><td>13</td><td>家庭</td><td>非同步遠距教學</td></tr> <tr><td>14</td><td>社會階層</td><td>非同步遠距教學</td></tr> <tr><td>15</td><td>創新擴散與情境因素</td><td>同步遠距教學</td></tr> <tr><td>16</td><td>分組報告</td><td>同步遠距教學</td></tr> <tr><td>17</td><td>分組報告</td><td>同步遠距教學</td></tr> <tr><td>18</td><td>期末檢討會議</td><td>同步遠距教學</td></tr> </tbody> </table>	週次	授課內容	授課方式	1	課程及網路大學平台說明	面授教學	2	教學活動說明	面授教學	3	消費者行為基礎	面授教學	4	消費者知覺	面授教學	5	消費者學習	面授教學	6	消費者態度	同步遠距教學	7	消費者決策過程	同步遠距教學	8	消費者動機	非同步遠距教學	9	議題討論	面授教學	10	人格特質、生活型態與價值	非同步遠距教學	11	文化	非同步遠距教學	12	參考群體	同步遠距教學	13	家庭	非同步遠距教學	14	社會階層	非同步遠距教學	15	創新擴散與情境因素	同步遠距教學	16	分組報告	同步遠距教學	17	分組報告	同步遠距教學	18	期末檢討會議	同步遠距教學
週次	授課內容	授課方式																																																									
1	課程及網路大學平台說明	面授教學																																																									
2	教學活動說明	面授教學																																																									
3	消費者行為基礎	面授教學																																																									
4	消費者知覺	面授教學																																																									
5	消費者學習	面授教學																																																									
6	消費者態度	同步遠距教學																																																									
7	消費者決策過程	同步遠距教學																																																									
8	消費者動機	非同步遠距教學																																																									
9	議題討論	面授教學																																																									
10	人格特質、生活型態與價值	非同步遠距教學																																																									
11	文化	非同步遠距教學																																																									
12	參考群體	同步遠距教學																																																									
13	家庭	非同步遠距教學																																																									
14	社會階層	非同步遠距教學																																																									
15	創新擴散與情境因素	同步遠距教學																																																									
16	分組報告	同步遠距教學																																																									
17	分組報告	同步遠距教學																																																									
18	期末檢討會議	同步遠距教學																																																									
四	教學方式	<ul style="list-style-type: none"> ■ 1.提供線上課程主要及補充教材 ■ 2.提供線上非同步教學 ■ 3.有線上教師或線上助教 ■ 4.提供面授教學，次數：<u>6</u>次，總時數：<u>12</u>小時 ■ 5.提供線上同步教學，次數：<u>7</u>次，總時數：<u>14</u>小時 ■ 6.其它：非同步遠距課程，次數：<u>5</u>次，總時數：<u>10</u>小時 																																																									

五	學習管理系統	1.提供給系統管理者進行學習管理系統資料庫管理 <ul style="list-style-type: none"> ■個人資料 ■課程資訊 ■其他相關資料管理功能 2.提供教師(助教)、學生必要之學習管理系統功能 <ul style="list-style-type: none"> ■最新消息發佈、瀏覽 ■教材內容設計、觀看、下載 ■成績系統管理及查詢 ■進行線上測驗、發佈 ■學習資訊 ■互動式學習設計(聊天室或討論區) ■各種教學活動之功能呈現 ■其他相關功能(請說明)網路大學操作
六	師生互動討論方式	教師時間、E-mail 信箱、Line 群組 議題討論、線上討論區及同步會議
七	作業繳交方式	<ul style="list-style-type: none"> ■1.提供線上說明作業內容 ■2.線上即時作業填答 ■3.作業檔案上傳及下載 ■4.線上測驗 ■5.成績查詢 ■6.其他做法(請說明)分組討論區
八	成績評量方式	1.練習作業及測驗40%。 2.議題討論質量20%。 3.面授課程參與及線上影音教材學習20%。 4.分組報告(均以同步會議進行)(書面及口頭)20%。
九	上課注意事項	前五週會演練整學期上課方式及網路大學使用方式，一定要出席。