

# 弘光科技大學網路教學計畫申請書

申請日期：112年9月26日

## 一、申請人基本資料

姓名：王 瑞 職稱：副教授 系所名稱：多媒體遊戲發展與應用系  
 E-mail：ketr501215@hk.edu.tw 聯絡電話：04-26318652-5419

### ▶開課教師實施網路教學能力與經驗

- 是否熟悉本校圖書資訊處網路教學平台：是 否。
- 是否曾接受補助經費有無；加計鐘點有無。

若有，請填寫每次的補助情形：

序號	學年	學期	課程名稱 (學制別、系所班)	學分數	加計鐘點	本校經費補助說明(含金額)
1	112	1	電競產品行銷(進修部四技多遊系2年乙班)	2		15000
2	112	1	消費者心理學(日間部四技多遊系3年甲班、3年乙班；進修部四技多遊系3年甲班、3年乙班)	2		15000
3	112	1	行銷管理【前導式數位教材製作暨翻轉教學】(勾癮-going行銷) HKU-112-A10	2		36000
4	111	2	消費者行為【前導式數位教材製作暨翻轉教學】共感消費 心力量 HKU-112-A02(日四技、多遊4甲)	3		45000
5	111	1	消費者行為(日四技、多遊4甲)	3		22500
6	110	2	產品行銷(進四技、多遊1甲、乙)	2		20000
7	110	2	消費者心理學(進四技、餐旅1甲、乙)	2		20000

- 是否曾參與相關研習有無 若有，請填寫參與情形：

序號	學年	學期	研習名稱	時數	辦理單位	備註
1	107	1	圖資中心創課平台	2	弘光圖資中心	
2	104	1	提升教師教學知能研習系列課程	2	弘光科技大學教資中心	
3	103	2	2014年大學遠距教學成果專書發表暨研討會	8	教育部	

- 是否為單元教學 否 是，請填寫教師網路教學實施貢獻度比例(合計100%)：\_\_\_\_\_。
- 其他說明：

## 二、課程基本資料

1. 消費者心理學 學分數：2 時數：2 選課號：          

必選修：必修選修 新舊課程：新課程 既有課程

開課單位：餐旅管理系 開課班級：進修部一甲、一乙

FM-10490-B09

表單修訂日期：109.02.18

保存期限：5年

修讀對象：四技    二技    研究所，預計修課人數：40

開課學期：112學年度2學期

網路教學類別：混合式網路教學    完全網路教學

## 2. 課程適合網路教學程度說明：

本課程為 2 學分必修課程，課程內容偏向心理學內涵，且較一般商管類必修課程更為廣泛；教學設計與教材內容可略分為理論部份與實務操作部份。教學設計擬於每周以 2 節課實施網路教學，講述消費者購買行為運作理論、決策過程及實務技術簡介，並包含課程之全程錄影，方便同學可以反覆觀看；另安排 3 次實體授課輔以教室實務操作之課堂面授，確認學生對遠距數位教學之內容吸收情形，並當面教導實際操作之步驟、細節，與回答遠距教學過程未盡詳細或疑問之處。如此之教學設計目的在讓同學於教學實施過程，既可得到網路教學的所有優點，例如，突破時間、空間限制，節省交通風險與社會成本、便利學生反覆觀看與複習、結合學生終身學習習慣、便利同學使用教學平台學習與自主掌控學習進度等，同時，也可獲得老師與學生實際面對面的解答困惑，兼顧學生學習偏好與學習成效，實屬一舉兩得。

## 3. 課程為首次申請實施網路教學：

是。

否    最近一次開設學年/學期：112學年1學期

實施方式更新：綜合彙整、考量 111 學年第 2 學期委員意見、學生課後意見，並考量進修部同學實際對課程之學習意願、吸收能力，因此針對實施方式進行如下調整：(1)消費者心理學相關專業名詞繁雜，單就相關專有名詞講解即需花費教室面授過多時間，網路教學之時間運用自由，可有效彌補此不便與方便學生安排自我課程進度。(2)依據各班之學習偏好與差異，待期中以後再視學習成效，予以調整與帶領同學進行深層反思，靜心思考本課程所學內容，如何應用於平日生活上之消費管理，並進一步自我認知如何做到理性消費。(3)透過討論、撰寫學習單與反思如何將課程所學，應用在日常生活，以呼應聯合國 2015 年通過的「全球永續發展目標」，落實其中的教育願景與社會公義指標，「目標 7. 確保所有的人都可取得負擔得起、可靠的、永續的，及現代的能源」和「目標 12. 確保永續消費及生產模式」，善盡地球村公民職責與對國家社會盡到大學生的社會責任。

內容部分更新：感謝委員建議；針對委員 111 學年第 2 學期意見，提升多元學習管道，兼併增加 5~10 分鐘「合法授權網路影片」，例如國際知名 TED 演講，以豐富、多元教室課程內容，TED 演講的內容授權全世界公益使用，內容活潑有趣，且附有中英文對照字幕，在學習消費者心理學相關理論與概念的同時，聆聽與學習英文，可增廣學生國際視野與知識廣度、深度，拓展學生英文聽說能力，可謂一舉多得。

規劃方式更新：感謝委員建議；針對委員過去建議，教師將鼓勵同學深層反思學習所得，並鼓勵同學踴躍討論如何將管理內容融入日常生活，並要求學生個人增加反思部分，同時撰寫每次發言的心得，深化學生邏輯思考與文字撰寫能力。

FM-10490-B09

表單修訂日期：109.02.18

保存期限：5 年

4. 課程是否需申請科技助理：是 否 教學發展中心簽核：

(若需申請先會辦教學發展中心) 擬：保留 112-2 學期數位學習教學助理名額。

行政助理 林佳佳

代理組長 徐沛汶

教學發展中心 主任 熊德筠

5. 面授教室需求說明：(如需普通教室、專業教室、電腦教室、視聽教室或實作教室) 8 資管系電腦教室

6. 課程所需軟硬體設備需求說明：(若有特殊軟體需先會辦圖書資訊處)

無特殊需求

圖書資訊處回覆：

### 三、課程綱要

如附件 (大專校院遠距教學課程—教學計畫大綱)

四、教師實施網路教學，不得違反智慧財產權，智慧財產宣導相關網頁 <http://ilc.hk.edu.tw/web/isms/> 保護智慧財產權案例分享

<http://www.tipo.gov.tw/lp.asp?ctNode=7683&CtUnit=3764&BaseDSD=7&mp=1>

已詳閱智慧財產宣導相關網頁及保護智慧財產權分享案例。

教師簽名：

王瑞

### 五、審查歷程與結果

系(科、所)課程委員會： 會議時間：112.10.5 	教材內容與設計符合適切性： <input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 審查結果： <input checked="" type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 不通過
院課程委員會： 會議時間：112.10.24 	審查結果： <input checked="" type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 不通過
校課程委員會： 會議時間：	審查結果： <input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 不通過

網路教學委員會： 會議時間：	審查結果： <input type="checkbox"/> 通過 獎勵金額新台幣 _____ 元整 加計鐘點： <input type="checkbox"/> 是 _____ 小時， <input type="checkbox"/> 否 <input type="checkbox"/> 不通過
教務會議： 會議時間：	審查結果： <input type="checkbox"/> 通過 <input type="checkbox"/> 不通過

附表 2：大專校院遠距教學課程－教學計畫大綱

填表說明：

1. 依據大學遠距教學實施辦法第 6 條，各校開授遠距教學課程，應擬具教學計畫，送課程相關委員會研議，提經教務會議通過後實施，並報教育部備查，且應公告於網路上供查詢。
2. 教學計畫大綱如下，課程教學計畫連結網址：請填入教育部「大學校院課程網」或「技職校院課程網」之「課程大綱」欄位，且能有效連結閱覽，才予以備查。
3. 本件提報大綱為基本填寫項目，實際撰寫內容格式，學校可依需求進行調整設計。

學校名稱：弘光科技大學

開課期間：112 學年度 2 學期 (本學期是否為新開設課程：是 否)

壹、課程基本資料 (有包含者請於打)

1.	課程名稱	消費者心理學
2.	課程英文名稱	Consumer Psychology
3.	教學型態	<input checked="" type="checkbox"/> 非同步遠距教學 <input type="checkbox"/> 同步遠距教學主播學校 請填列本門課程之收播學校與系所： (1)學校：弘光科技大學 系所：多媒體遊戲發展與應用系
4.	授課教師姓名及職稱	王 瑞/副教授
5.	師資來源	<input checked="" type="checkbox"/> 專業系所聘任 <input type="checkbox"/> 通識中心聘任 <input type="checkbox"/> 以上合聘 <input type="checkbox"/> 其他
6.	開課單位名稱 (或所屬學院及科系所名稱)	弘光科技大學/民生創新學院/餐旅管理系
7.	課程學制	<input checked="" type="checkbox"/> 學士班 <input type="checkbox"/> 進修學士班 <input type="checkbox"/> 學士班在職專班 <input type="checkbox"/> 碩士班 <input type="checkbox"/> 碩士班在職專班 <input type="checkbox"/> 博士班 <input type="checkbox"/> 學院 ( <input type="checkbox"/> 二年制 <input type="checkbox"/> 四年制) <input type="checkbox"/> 專科 ( <input type="checkbox"/> 二年制 <input type="checkbox"/> 四年制) <input type="checkbox"/> 進修專校 <input type="checkbox"/> 進修學院 ( <input type="checkbox"/> 二技 <input type="checkbox"/> 四技 <input type="checkbox"/> 碩士在職專班) <input type="checkbox"/> 學位學程 ( <input type="checkbox"/> 二年制 <input type="checkbox"/> 四年制 <input type="checkbox"/> 碩士班) <input type="checkbox"/> 學分學程
8.	部別	<input type="checkbox"/> 進修部 <input checked="" type="checkbox"/> 進修部(夜間部) <input type="checkbox"/> 其他
9.	科目類別	<input type="checkbox"/> 共同科目 <input type="checkbox"/> 通識科目 <input type="checkbox"/> 校定科目 <input checked="" type="checkbox"/> 專業科目 <input type="checkbox"/> 教育科目 <input type="checkbox"/> 其他
10.	部校定 (本課程由那個單位所定)	<input type="checkbox"/> 教育部定 <input type="checkbox"/> 校定 <input type="checkbox"/> 院定 <input type="checkbox"/> 所定 <input checked="" type="checkbox"/> 系定 <input type="checkbox"/> 其他
11.	開課期限(授課學期數)	<input checked="" type="checkbox"/> 一學期(半年) <input type="checkbox"/> 二學期(全年) <input type="checkbox"/> 其他
12.	選課別	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修 <input type="checkbox"/> 其他
13.	學分數	2
14.	每週上課時數	2 節遠距教學，2 小時/週 (非同步遠距教學，請填平均每週面授時數)
15.	開課班級數	進修部 餐旅管理系一甲、一乙
16.	預計總修課人數	110
17.	全英語教學	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
18.	國外學校合作遠距課程 (有合作學校請填寫)	國外合作學校與系所名稱：_____ <input type="checkbox"/> 國內主播 <input type="checkbox"/> 國內收播 <input type="checkbox"/> 境外專班 <input type="checkbox"/> 雙聯學制 <input type="checkbox"/> 其他
19.	課程平台網址 (非同步教學必填)	http://tronclass.hk.edu.tw/
20.	教學計畫大綱檔案連結網址	http://tronclass.hk.edu.tw/

FM-10490-B09

表單修訂日期：109.02.18

保存期限：5 年

## 貳、課程教學計畫

一	教學目標	<p><b>認知</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 能了解消費者心理學相關理論內容與發展過程</li> <li>● 能了解市場、產品、價格、廣告等對顧客購買決策間的關聯</li> <li>● 能認識行銷與消費管理間之理論型態變化與 IT 技術對未來消費習慣的影響</li> </ul> <p><b>技能</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 能定義消費者心理學領域中之「心理」、「決策」、「社群」、「廣告」等因素對顧客購買的影響，並能妥善處理</li> <li>● 能分析行銷管理與消費者心理、行為間之關係，研擬適切的競爭策略、市場優勢、核心能力、虛擬組織、創新精神、企業資源規劃等最新觀點</li> </ul> <p><b>情意</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 能將學習心得、作業成果放置於平台上與同學分享</li> </ul>																													
二	適合修習對象	● 大專院校之學生																													
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"> <thead> <tr> <th data-bbox="427 864 486 927">週次</th> <th data-bbox="486 864 598 927">單元名稱</th> <th data-bbox="598 864 715 927">授課方式</th> <th data-bbox="715 864 917 927">單元教學目標</th> <th data-bbox="917 864 1061 927">單元教材內容</th> <th data-bbox="1061 864 1189 927">單元教學活動</th> <th data-bbox="1189 864 1273 927">時數</th> <th data-bbox="1273 864 1465 927">備註</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="427 927 486 1335">01</td> <td data-bbox="486 927 598 1335">課程介紹、級經營規定</td> <td data-bbox="598 927 715 1335">面授</td> <td data-bbox="715 927 917 1335"> <ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 能了解消費者心理學的基本觀念</li> <li>☆ 能了解消費者心理學相關理論與本系核心專業能力的關聯</li> <li>☆ 能認識消費心理、消費決策、消費行為間的重要內容與關聯</li> </ul> </td> <td data-bbox="917 927 1061 1335"> <ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 課程介紹</li> <li>☆ 評量與分組</li> </ul> </td> <td data-bbox="1061 927 1189 1335"> <ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 點名分組、自我介紹</li> <li>☆ 教學設計與班級經營</li> <li>☆ 課程講解</li> </ul> </td> <td data-bbox="1189 927 1273 1335">2 小時</td> <td data-bbox="1273 927 1465 1335">           教材提供：  <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示  <input type="checkbox"/> 2. 事例  <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習  <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動  <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源  <input type="checkbox"/> 6. 議題討論：         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="427 1335 486 1798" rowspan="2">02</td> <td data-bbox="486 1335 598 1798" rowspan="2">消費概述</td> <td data-bbox="598 1335 715 1541">線上課程+ PPT 講述</td> <td data-bbox="715 1335 917 1541"> <ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 了解消費者角色</li> <li>☆ 了解消費者特質</li> <li>☆ 了解消費者心理的適用範圍與消費決策過程</li> </ul> </td> <td data-bbox="917 1335 1061 1541"> <ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 消費者的定義</li> <li>☆ 消費者心理學的重要理論與演變</li> <li>☆ 產業實務的應用案例</li> </ul> </td> <td data-bbox="1061 1335 1189 1541"> <ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 觀看線上教材</li> <li>☆ 練習線上作業</li> </ul> </td> <td data-bbox="1189 1335 1273 1541">1.5 小時</td> <td data-bbox="1273 1335 1465 1798" rowspan="2">           教材提供：  <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示  <input type="checkbox"/> 2. 事例  <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習  <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動  <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源  <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論         </td> </tr> <tr> <td data-bbox="598 1541 715 1798">影片教學+討論</td> <td data-bbox="715 1541 917 1798"> <ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 了解消費者心理學理論演變的過程與應用情形</li> </ul> </td> <td data-bbox="917 1541 1061 1798"> <ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 當餐廳遇上智慧型手機/排隊等待的特別香!</li> </ul> </td> <td data-bbox="1061 1541 1189 1798">撰寫學習單</td> <td data-bbox="1189 1541 1273 1798">0.5 小時</td> </tr> </tbody> </table>	週次	單元名稱	授課方式	單元教學目標	單元教材內容	單元教學活動	時數	備註	01	課程介紹、級經營規定	面授	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 能了解消費者心理學的基本觀念</li> <li>☆ 能了解消費者心理學相關理論與本系核心專業能力的關聯</li> <li>☆ 能認識消費心理、消費決策、消費行為間的重要內容與關聯</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 課程介紹</li> <li>☆ 評量與分組</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 點名分組、自我介紹</li> <li>☆ 教學設計與班級經營</li> <li>☆ 課程講解</li> </ul>	2 小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input type="checkbox"/> 6. 議題討論：	02	消費概述	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 了解消費者角色</li> <li>☆ 了解消費者特質</li> <li>☆ 了解消費者心理的適用範圍與消費決策過程</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 消費者的定義</li> <li>☆ 消費者心理學的重要理論與演變</li> <li>☆ 產業實務的應用案例</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 觀看線上教材</li> <li>☆ 練習線上作業</li> </ul>	1.5 小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論	影片教學+討論	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 了解消費者心理學理論演變的過程與應用情形</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 當餐廳遇上智慧型手機/排隊等待的特別香!</li> </ul>	撰寫學習單	0.5 小時
週次	單元名稱	授課方式	單元教學目標	單元教材內容	單元教學活動	時數	備註																								
01	課程介紹、級經營規定	面授	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 能了解消費者心理學的基本觀念</li> <li>☆ 能了解消費者心理學相關理論與本系核心專業能力的關聯</li> <li>☆ 能認識消費心理、消費決策、消費行為間的重要內容與關聯</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 課程介紹</li> <li>☆ 評量與分組</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 點名分組、自我介紹</li> <li>☆ 教學設計與班級經營</li> <li>☆ 課程講解</li> </ul>	2 小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input type="checkbox"/> 6. 議題討論：																								
02	消費概述	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 了解消費者角色</li> <li>☆ 了解消費者特質</li> <li>☆ 了解消費者心理的適用範圍與消費決策過程</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 消費者的定義</li> <li>☆ 消費者心理學的重要理論與演變</li> <li>☆ 產業實務的應用案例</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 觀看線上教材</li> <li>☆ 練習線上作業</li> </ul>	1.5 小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論																								
		影片教學+討論	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 了解消費者心理學理論演變的過程與應用情形</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 當餐廳遇上智慧型手機/排隊等待的特別香!</li> </ul>	撰寫學習單	0.5 小時																									

FM-10490-B09

表單修訂日期：109.02.18

保存期限：5 年



		03	消費理論與作用	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解顧客消費心理的意義與重要性</li> <li>☆了解消費心理對顧客消費行為的影響與關係</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆市場發展與消費者需求的關係</li> <li>☆符號消費/妒嫉行銷術/金錢觀簡介與概述</li> <li>☆顧客心理涉入的重要性與影響(你只能把牛牽到河邊,無法強迫它喝水)</li> <li>☆市場永續經營與行銷專業管理之互補性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆閱讀案例與分享</li> <li>☆參與線上討論</li> </ul>	1.5 小時	教材提供: <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論: 每周討論
				影片教學+討論	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解市場的極限與顧客需求心理的作用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆撰寫學習單</li> <li>☆參與討論</li> </ul>	0.5 小時		
			認知度與產品定位	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解消費者行為的基本概念與一般模式</li> <li>☆了解行銷規劃、管理的順序與重點</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆顧客是從記憶到消費知覺</li> <li>☆消費者心理因素: 購買決策與模式 (AIDMA &amp; AISAS 模式)</li> <li>☆混種消費/我才是元祖店: 消費者純正性需要</li> <li>☆定位與優勢的關係(顧客心目中的位置)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆線上測驗</li> </ul>	1.5 小時	
				影片教學+討論	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解行銷規劃如何與顧客認知、定位連結</li> <li>☆了解顧客認知與產品定位的定義與應用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆混種消費/我才是元祖店: 消費者純正性需要</li> <li>☆定位與優勢的關係(顧客心目中的位置)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>撰寫學習單</li> </ul>	0.5 小時	
			市場的主軸	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解市場心理的本質</li> <li>☆了解顧客決策與品牌忠誠的連結關係</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆消費決策的定義與本質簡介</li> <li>☆消費者決策制定之內在因素(1): 知覺與記憶</li> <li>☆支付者的內心話 - 消費者決定過程: 問題認知與資訊搜尋</li> <li>☆你的腦子被駭客入侵了/讓商品在顧</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆筆記與心得撰寫</li> </ul>	1.5 小時	
				影片教學+討論	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解決策的有限理性</li> <li>☆了解決策的步驟</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆支付者的內心話 - 消費者決定過程: 問題認知與資訊搜尋</li> <li>☆你的腦子被駭客入侵了/讓商品在顧</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>撰寫學習單</li> </ul>	0.5 小時	

FM-10490-B09

表單修訂日期: 109.02.18

保存期限: 5 年

					客的潛意識裡上架 ☆決策的步驟化與過程			
06	價格、價值與需求	線上課程+PPT 講述	☆了解動機與需求理論在實務上的用途 ☆動機與需求理論在實務上的用途 ☆了解動機與需求理論，如何連結行銷理念、行銷規劃與行銷策略	☆規劃的定義與重點 ☆定位、優勢、策略與規劃的應用 ☆消費者決策制定之內在因素(2):知識與學習 ☆飢餓行銷還是從眾行為-消費者行銷與行銷策略:消費者需求特性與市場區隔 ☆品牌名稱及商標混淆/怪異門好生意	☆觀看線上教材 ☆線上討論作業	1.5 小時	教材提供: <input checked="" type="checkbox"/> 1.重點提示 <input type="checkbox"/> 2.事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3.練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4.反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5.補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6.議題討論:每周討論	
		影片教學+討論			影片案例與分享討論	0.5 小時		
07	稀缺的影響	線上課程+PPT 講述	☆了解稀缺的作用 ☆如何與顧客進行的方法與行銷設計 ☆了解顧客溝通的定義與方法技術 ☆了解溝通設計與行銷規劃、行銷策略的實務應用	☆工作設計定義 ☆工作設計的應用 ☆消費者決策制定之內在因素(3):廣告 ☆誰綁架了你的眼睛-百事可樂VS可口可樂的互黑廣告 ☆Adidas量身打造的廣告/置入性行銷	☆觀看線上教材 ☆參與線上討論	1.5 小時	教材提供: <input checked="" type="checkbox"/> 1.重點提示 <input type="checkbox"/> 2.事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3.練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4.反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5.補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6.議題討論:每周討論	
		影片教學+討論			撰寫學習單	0.5 小時		
08	消費者態度	線上課程+PPT 講述	☆了解消費心理與消費態度的關係 ☆了解消費態度的理論與步驟 ☆了解消費者態	☆組織變革的定義與理論 ☆消費者決策制定之內在因素	☆觀看線上教材 ☆影片案例分享與討論	1.5 小時	教材提供: <input checked="" type="checkbox"/> 1.重點提示 <input type="checkbox"/> 2.事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3.練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4.反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5.補充教材	



				度在實務應用過程的重要關鍵	(4): 態度與情感 ☆聽聽專家怎麼說 - 消費者行為的涉入: 動機理論與特性 ☆奧客商機 / 男人們, 誰說你們只有在求婚的時候才可以送鑽石的? ☆消費態度如何應用在行銷策略的實務	撰寫學習單	0.5 小時	或網路資源 ☑6. 議題討論: 每周討論
09	期 中	面授 (教室筆試)		無	無	測驗	2 小時	
10	行銷決策	線上課程+ PPT 講述	☆了解個人購買決策之結構設計 ☆了解消費者決策制定之內在因素的定義、步驟與實務作法 ☆了解知覺與情感與消費者知覺歷程的實務應用	☆個人購買決策 ☆消費者決策制定之內在因素 (5): 動機與涉入 ☆女人真善變, 那男人呢? - 消費者知覺認知: 知覺與情感與消費者知覺歷程 ☆誠品, 你到底賣什麼? ☆Zappos 網路帝國的生意經定義與步驟	☆觀看線上教材 ☆繪製心智圖	1.5 小時	教材提供: ☑1. 重點提示 ☐2. 事例 ☑3. 練習 ☑4. 反思活動 ☑5. 補充教材或網路資源 ☑6. 議題討論: 每周討論	
		影片教學+討論			撰寫學習單	0.5 小時		
11	機會成本	線上課程+ PPT 講述	☆了解機會與機會成本在購買決策過程的重要性 ☆了解機會、機會成本與消費者行為的關聯性 ☆了解行銷策略如何從顧客的價值發現, 到價值變現	☆消費者決策制定之內在因素 (6): 價值觀 ☆那一年我們追的女孩 - 人格價值與價值觀: 價值觀與消費者行為	☆觀看線上教材 ☆影片案例分享與討論	1.5 小時	教材提供: ☑1. 重點提示 ☐2. 事例 ☑3. 練習 ☑4. 反思活動 ☑5. 補充教材或網路資源 ☑6. 議題討論: 每周討論	
		影片教學+討論			撰寫學習單	0.5 小時		

					<p>☆那一年我們排隊購買的限量鞋</p> <p>☆從價值發現，到價值變現/解碼Me時代價值觀/秒殺時代消費我最大</p>			
12	消費選擇	線上課程+PPT講述	<p>☆了解選擇與決策的本質</p> <p>☆了解消費者決策制定之內在因素(7)：個性、情緒與自我觀念</p> <p>☆了解定錨理論的理論法則</p>	<p>☆集體決策的案例分享</p> <p>☆學習單-你具領導特質</p> <p>☆你了解自己嗎-你是領導人才</p> <p>☆看看別人-文化與次文化：文化儀式與消費者</p> <p>☆定錨理論/2012全球五大行銷趨勢/科技把名片變不見了</p>	<p>☆觀看線上教材</p> <p>☆線上討論</p> <p>☆線上測驗</p>	1.5小時	<p>教材提供：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>1. 重點提示</p> <p><input type="checkbox"/>2. 事例</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>3. 練習</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>4. 反思活動</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>5. 補充教材或網路資源</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>6. 議題討論：每周討論</p>	
		影片教學+討論		影片案例分享與討論	0.5小時			
13	心理帳戶	線上課程+PPT講述	<p>☆了解心理帳戶與其作用</p> <p>☆了解消費者決策制定之內在因素之目的與生活型態的重要性</p> <p>☆了解一個人經濟的生活型態與行銷實務作法</p>	<p>☆產品擴散-科技公司的案例</p> <p>☆流行文化的適用對象與內容物</p> <p>☆消費者決策制定之內在因素(8)：生活型態</p> <p>☆來我家坐坐-Field trip：We Jennifer / 法米甜點</p> <p>☆一個人的經濟/AIO生活型態量表/我的澳洲旅遊報告</p>	<p>☆觀看線上教材</p> <p>☆參與線上討論</p> <p>☆心得撰寫</p>	1.5小時	<p>教材提供：</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>1. 重點提示</p> <p><input type="checkbox"/>2. 事例</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>3. 練習</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>4. 反思活動</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>5. 補充教材或網路資源</p> <p><input checked="" type="checkbox"/>6. 議題討論：每周討論</p>	
		影片教學+討論		撰寫學習單	0.5小時			

14	沉沒成本應用	線上課程+PPT講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解沉沒成本</li> <li>☆了解社會認同、從眾行為的意涵與目的</li> <li>☆了解社會認同、從眾行為、控制與資源投入的關係</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆社會中的消費者(1):文化與社會階層的影響</li> <li>☆一心二新三顆星-購買情境:實體與環境氣氛 Case study: Noma</li> <li>☆讓東方的DNA 奔騰西方/文化與消費的關係/文化創意產業</li> <li>☆從眾與群體行為如何影響購買決策的形成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆線上作業</li> </ul>	1.5小時	教材提供: <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論: 每周討論
		影片教學+討論		影片案例分享與討論	0.5小時		
	15	邊際效用	線上課程+PPT講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解邊際效用</li> <li>☆了解社會中的消費者(2):家庭的影響與定義</li> <li>☆了解社會階級與家庭消費行為之定義與產生原因</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆社會文化的必要性與必然性</li> <li>☆打開夏娃荷包的秘密 /ZARA 品牌策略</li> <li>☆我家的小公主-社會階級與家庭消費行為:家庭周命期與休閒參予</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆參與線上討論</li> </ul>	
影片教學+討論				撰寫學習單	0.5小時		
16	邊際成本	線上課程+PPT講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解邊際成本的定義</li> <li>☆了解社會中的消費者(3):參考團體與人際影響之定義</li> <li>☆了解參考團體與人際影響的重要性與意涵</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆所有公司文化都是以獲取最大營利為目標?</li> <li>☆非營利組織不是以營利為主?非營利組織如何永續經營?</li> <li>☆我說了算-參考團體與意見領袖:口碑行銷與個案</li> <li>☆網路口碑/品牌建誌/訂位</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆線上測驗</li> </ul>	1.5小時	教材提供: <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論: 每周討論
		影片教學+討論		撰寫學習單	0.5小時		

					也是一門好生意/從眾行為發酵團購熱潮起			
		線上課程+PPT 講述	☆了解消費心理在未來行銷管理、消費潮流與趨勢的應用 ☆了解消費者決策制定之情境因素：行銷手法整合型態理論與發展趨勢 ☆了解綠色環保等社會議題對消費心理的作用與影響	☆未來行銷、未來消費與消費未來? ☆未來行銷或消費的重點在科技? ☆你懂我嗎? - 特殊族群消費者行為：單身經濟消費與銀髮族消費行為 ☆冰山一角 - 綠色行銷下的消費者行為：永續的消費者行為 ☆無料經營/慷慨行銷	☆觀看線上教材 ☆參與線上討論 ☆筆記與心得撰寫	1.5 小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論	
	17	學期重點回顧	影片教學+討論			0.5 小時		
	18	學期報告繳交	面授(教室筆試)	無	無	測驗	2 小時	
*著色部分代表教室課程								
四	教學方式	(有包含者請打✓,可複選) <input checked="" type="checkbox"/> 1. 提供線上課程主要及補充教材 <input checked="" type="checkbox"/> 2. 提供線上非同步教學 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 有線上教師或線上助教 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 提供面授教學,次數:3次,總時數:6小時 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 提供線上同步教學,次數:15次,總時數:30小時 <input type="checkbox"/> 6. 其它:(請說明)						
五	學習管理系統	呈現內容是否包含以下角色及功能 (有包含者請打✓,可複選) 1. 提供給系統管理者進行學習管理系統資料庫管理 <input checked="" type="checkbox"/> 個人資料 <input checked="" type="checkbox"/> 課程資訊 <input checked="" type="checkbox"/> 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 <input checked="" type="checkbox"/> 最新消息發佈、瀏覽 <input checked="" type="checkbox"/> 教材內容設計、觀看、下載 <input checked="" type="checkbox"/> 成績系統管理及查詢 <input checked="" type="checkbox"/> 進行線上測驗、發佈						

		<input checked="" type="checkbox"/> 學習資訊 <input checked="" type="checkbox"/> 互動式學習設計(聊天室或討論區) <input checked="" type="checkbox"/> 各種教學活動之功能呈現 <input type="checkbox"/> 其他相關功能(請說明)
六	師生互動討論方式	(包括教師時間、E-mail信箱、對應窗口等) 教師時間排課完畢後由教務處公告 Email: <a href="mailto:ketr501215@hk.edu.tw">ketr501215@hk.edu.tw</a> 討論窗口 <a href="http://tronclass.hk.edu.tw/">http://tronclass.hk.edu.tw/</a>
七	作業繳交方式	(有包含者請打✓,可複選) <input checked="" type="checkbox"/> 1. 提供線上說明作業內容 <input checked="" type="checkbox"/> 2. 線上即時作業填答 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 作業檔案上傳及下載 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 線上測驗 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 成績查詢 <input type="checkbox"/> 6. 其他做法(請說明)
八	成績評量方式	(包括考試方式、考評項目其所佔總分比率,合計100%) 成績納入學習者的線上學習歷程和參與度占總分數30%、第1-8週網路教材閱讀完成進度30% 第10-18週網路教材閱讀完成進度40%,合計100% 1. 平時成績包含出席、測驗、發言次數、瀏覽影音時數 2. 期中考前每人至少分享消費者心理、消費者行為相關新知5次、表達個人意見(互動過程)15次 3. 期末考前每人至少累計分享消費者心理、消費者行為新知10次、表達個人意見(互動過程)30次
九	上課注意事項	1. 課程進度將視學習狀況調整 2. 平時成績內容將包括出席、測驗、作業 3. 重補修同學注意,上課時間變更以及授課難度應以開課班級為考量 4. 電腦教室請勿攜帶食物飲料入內

### 課程資訊：

- 課程名稱：消費者心理學
- 開課系所：餐旅管理系
- 授課教師姓名及職稱：王瑞/副教授(分機: 5419 Email: [ketr501215@hk.edu.tw](mailto:ketr501215@hk.edu.tw))
- 課程類別：學士班
- 學分數與選課別：2 學分/必修
- 課程時間：2 時/週
- 開課期間：一學期
- 教材網址：弘光科技大學創課 (TronClass)(<http://tronclass.hk.edu.tw/>)

### 上課教師：

多媒體遊戲發展與應用系 王瑞 [ketr501215@hk.edu.tw](mailto:ketr501215@hk.edu.tw) (詳細資料請見 <https://tronclass.hk.edu.tw/course/187933/courseware>，此為影音教材預計存放位置，僅為演示範例，非全部數位教材)

### 辦公室請益時間：

周一第 7-8 節、周二第 1 節、周三第 2-3、9-10 節

### 助教：

助教：廖士凱 [a45324701@gmail.com](mailto:a45324701@gmail.com)

### 每周公告事項網址：

本校創課系統(<http://tronclass.hk.edu.tw/>)

### 上課用書：

教師自編數位教材(<http://tronclass.hk.edu.tw/>)

### 參考用書：

1. Solomon, M. R. (2018). Consumer behavior: Buying, having, and being (Global Edition, 12th Ed.). Pearson. (台北：華泰文化 02-2162-1217)。
2. 林建煌(2017)。行銷管理(第 7 版)。台北：華泰文化。
3. 夏業良等譯(2008)。體驗經濟的時代(原作者：Pine II, B. J., & Gilmore, J. H.)。台北：經濟新潮社。(原著出版年：1997)
4. 邱如美(譯)(2008)。體驗真實(原作者：J. H. Gilmore & B. J. II, Pine)。台北市：天下財經。(原著出版年：2007)
5. 黃恆正(譯)(1988)。符號社會的消費(原作者：星野克美、青木真茂、岡本慶一、稻增龍夫、紺野登)。台北市：遠流。
6. 陳敬旻、趙婷姝(譯)(2008)。文化創意人：5000 萬人如何改變世界(原作者：P. H., Ray & S. R., Anderson)。台北市：相映文化。(原著出版年：2001)



7. 漢寶德(2008)。談美感。台北：聯經出版社。
8. 顏湘如譯，2005，Honoré, C. 著，慢活，台北：大塊文化。
9. 陳鶴庭(1999)。管理者的故事，初版，哈佛企管：台北。

#### 課程簡介：

本課程是帶領初學者認識消費者心理學世界的「第一門必修課」，此課程為民生創新學院(以下簡稱本院)之院核心課程，也是其他所有商管領域課程(例如，策略、行銷、人力資源、作業管理等)的學習基礎與起點行為。本課程之目的即在透過對消費者心理認知之知覺、記憶、說服、學習、情緒、動機等方面之瞭解，以分析消費者之心理，進行能掌握適當之行銷策略，引發消費者之消費行為。課程設計以實務為導向，透過實例說明與個案討論，深化學生之理解與應用。透過此入門課程，希望讓同學們瞭解消費者與顧客是什麼？行銷管理與消費者心理、消費者行為間的關係包含哪些？了解消費決策如何運作，並發揮所學達到理性消費的生活模式。除了消費者心理與行為理論的介紹外，也透過課堂活動、個案討論及管理新知分享，期以生活化的教學方法，提供學生對於消費者心理學、消費採購與消費行為有更深刻的認識。課程實施過程同學要求學生撰寫學習單，利用思考再重新綜整理解的內容，並予以消化吸收後再用文字描述，可以讓學生在思考、歸納後，真正吸收老師講解的內容，並從蔓蕪龐雜的課程內容中萃取出自己的學習心得，此作法同時可訓練同學邏輯思考、蒐尋資料與解決問題的實務能力。

#### 課程目標：

認知

- 能了解消費者心理學相關理論內容與發展過程
- 能了解市場、產品、價格、廣告等對顧客購買決策間的關聯
- 能認識行銷與消費管理間之理論型態變化與 IT 技術對未來消費習慣的影響

技能

- 能定義消費者心理學領域中之「心理」、「決策」、「社群」、「廣告」等因素對顧客購買的影響，並能妥善處理
- 能分析行銷管理與消費者心理、行為間之關係，研擬適切的行銷策略、市場優勢、核心能力、虛擬組織、創新精神與行銷規劃等最新觀點

情意

- 能將學習心得、作業成果放置於平台上與同學分享

#### 適用對象：

- 有意想提升自己的管理能力、想成為成功管理者之大專院校學生，年級不拘

#### 先備知識：

- 對週遭人、事、物、資源略具管理概念，無亦無妨
- 具統計學、經濟學基本概念，沒有也沒關係

**課程進度：**

週次	授課內容	授課方式	學習活動	時數
1	課程介紹、班級經營與規定	實體課程(教室課程)	自我介紹	2
2	消費概述	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論+ 影片教學+討論	作業+學習單	2
3	消費心理理論與作用	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	案例分享與討論	2
4	認知程度與產品定位	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	測驗+學習單	2
5	市場心理的主軸	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	筆記與心得撰寫	2
6	價格、價值與需求	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	作業+學習單	2
7	稀缺的心理影響	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	案例分享與討論+ 學習單	2
8	消費者態度	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	案例分享與討論+ 學習單	2
9	期中考	實體課程(教室筆試)	測驗	2
10	行銷決策	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	繪製心智圖學習單	2
11	機會成本	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	案例分享與討論	2
12	消費選擇	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	案例分享與討論+ 測驗	2
13	心理帳戶	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	筆記與心得撰寫	2
14	沉沒成本應用	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	作業+案例分享與討論	2
15	邊際效用	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	學習單	2
16	邊際成本	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	測驗+學習單	2
17	學期重點回顧	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	筆記與心得撰寫	2
18	學期報告繳交	實體課程(教室筆試)	測驗	2

\*著色部分代表教室實體課程，實體課程得視課程需要增加實施次數

**計分方式：**

- 1.平時作業與出席 30% 第 1-8 週網路教材閱讀完成進度 30% 第 10-18 週網路教材閱讀完成進度 40%
- 2.期末考(第 18 週)前每人至少參與討論累計 15 次(發問、解答、心得均可)，問題品質不佳者不計分

**備註：**

1. 請勿帶食品、飲料(罐裝有蓋白開水不在此限)進入電腦教室
2. 上課時請勿交談影響其他同學聽課權益
3. 課程進度將視學習狀況調整
4. 平時成績包括點名、測驗、數位學習(平時30%包含上線閱覽數位教材時間、發言次數、回應同學互動討論次數)
5. 重補修同學注意，上課時間變更以及授課難度以開課班級為考量
6. 請尊重智慧財產權，請購買正版書籍

# 教學進度表

課程名稱: 消費者心理學

學分/小時數: 2/2

授課教師: 王 瑞

開課班級: 餐旅管理系 進修部一甲、一乙

週次	單元名稱	授課方式	單元教學目標	單元教材內容	單元教學活動	時數	備註
01	課程介紹、班級經營與規定	實體課程	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆能了解消費者心理學的基本觀念</li> <li>☆能了解消費者心理學相關理論與本系核心專業能力的關聯</li> <li>☆能認識消費心理、消費決策、消費行為間的重要內容與關聯</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆課程介紹</li> <li>☆評量與分組</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆點名分組、自我介紹</li> <li>☆教學設計與班級經營</li> <li>☆課程講解</li> </ul>	2 小時	教材提供： <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/>1. 重點提示</li> <li><input type="checkbox"/>2. 事例</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>3. 練習</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>4. 反思活動</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>5. 補充教材或網路資源</li> <li><input type="checkbox"/>6. 議題討論：</li> </ul>
02	消費概述	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解消費者角色</li> <li>☆了解消費者特質</li> <li>☆了解消費者心理的適用範圍與消費決策過程</li> <li>☆了解消費者心理學理論演變的過程與應用情形</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆消費者的定義</li> <li>☆消費者心理學的重要理論與演變</li> <li>☆產業實務的應用案例</li> <li>☆當餐廳遇上智慧型手機/排隊等待的食物特別香!</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆練習線上作業</li> </ul>	1.5 小時	教材提供： <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/>1. 重點提示</li> <li><input type="checkbox"/>2. 事例</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>3. 練習</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>4. 反思活動</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>5. 補充教材或網路資源</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>6. 議題討論：每周討論</li> </ul>
		影片教學+ 討論			<ul style="list-style-type: none"> <li>☆撰寫學習單</li> </ul>	0.5 小時	
03	消費心理與作用	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解顧客消費心理的意義與重要性</li> <li>☆了解消費心理對顧客消費行為的影響與關係</li> <li>☆了解市場的極限與顧客需求心理的作用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆市場發展與消費者需求的關係</li> <li>☆符號消費/妒嫉行銷術/金錢觀簡介與概述</li> <li>☆顧客心理涉入的重要性與影響(你只能把牛牽到河邊,無法強迫它喝水)</li> <li>☆市場永續經營與行銷專業管理之互補性</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆閱讀案例與分享</li> <li>☆參與線上討論</li> </ul>	1.5 小時	教材提供： <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/>1. 重點提示</li> <li><input type="checkbox"/>2. 事例</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>3. 練習</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>4. 反思活動</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>5. 補充教材或網路資源</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>6. 議題討論：每周討論</li> </ul>
		影片教學+ 討論			<ul style="list-style-type: none"> <li>☆撰寫學習單</li> <li>☆參與討論</li> </ul>	0.5 小時	
04	認知程度與產品定位	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解消費者行為的基本概念與一般模式</li> <li>☆了解行銷規劃、管理的順序與重點</li> <li>☆了解行銷規劃如何與顧客認知、定位連結</li> <li>☆了解顧客認知與產品定位的定義與應用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆顧客是從記憶到消費知覺</li> <li>☆消費者心理因素: 購買決策與模式 (AIDMA &amp; AISAS 模式)</li> <li>☆混種消費/我才是元祖店: 消費者純正性需要</li> <li>☆定位與優勢的關係(顧客心目中的位置)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆線上測驗</li> </ul>	1.5 小時	教材提供： <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/>1. 重點提示</li> <li><input type="checkbox"/>2. 事例</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>3. 練習</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>4. 反思活動</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>5. 補充教材或網路資源</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>6. 議題討論：每周討論</li> </ul>
		影片教學+ 討論			<ul style="list-style-type: none"> <li>☆撰寫學習單</li> </ul>	0.5 小時	
05	市場的主軸	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解市場心理的本質</li> <li>☆了解顧客決策與品牌忠誠的連結關係</li> <li>☆了解決策的有限理性</li> <li>☆了解決策的步驟</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆消費決策的定義與本質簡介</li> <li>☆消費者決策制定之內在因素 (1)：知覺與記</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆筆記與心得撰寫</li> </ul>	1.5 小時	教材提供： <ul style="list-style-type: none"> <li><input checked="" type="checkbox"/>1. 重點提示</li> <li><input type="checkbox"/>2. 事例</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>3. 練習</li> <li><input checked="" type="checkbox"/>4. 反思活動</li> </ul>

週次	單元名稱	授課方式	單元教學目標	單元教材內容	單元教學活動	時數	備註
		影片教學+討論		憶 ☆支付者的內心話 - 消費者決定過程：問題認知與資訊搜尋 ☆你的腦子被駭客入侵了/讓商品在顧客的潛意識裡上架 ☆決策的步驟化與過程	撰寫學習單	0.5小時	<input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論
06	價格、價值與需求	線上課程+PPT 講述	☆了解動機與需求理論在實務上的用途 ☆動機與需求理論在實務上的用途 ☆了解動機與需求理論，如何鏈結行銷理念、行銷規劃與行銷策略	☆規劃的定義與工作重點 ☆定位、優勢、策略與規劃的應用 ☆消費者決策制定之內在因素(2)：知識與學習 ☆飢餓行銷還是從眾行為 - 消費者行為與行銷策略：消費者需求特性與市場區隔 ☆品牌名稱及商標混淆/怪異會是一門好生意	☆觀看線上教材 ☆線上討論作業	1.5小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論
		影片教學+討論			影片案例分享與討論	0.5小時	
07	稀缺的心理影響	線上課程+PPT 講述	☆了解稀缺的作用 ☆如何與顧客進行的方法與行銷設計 ☆了解顧客溝通的定義與方法技術 ☆了解溝通設計與行銷規劃、行銷策略的實務應用	☆工作設計定義 ☆工作設計的應用 ☆消費者決策制定之內在因素(3)：廣告 ☆誰綁架了你的眼睛 - 百事可樂 vs 可口可樂的互黑廣告 ☆Adidas 量身打造的廣告/置入性行銷	☆觀看線上教材 ☆參與線上討論	1.5小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論
		影片教學+討論			撰寫學習單	0.5小時	
08	消費者態度	線上課程+PPT 講述	☆了解消費心理與消費態度的關係 ☆了解消費態度的理論與步驟 ☆了解消費者態度在實務應用過程的重要關鍵	☆組織變革的定義與理論 ☆消費者決策制定之內在因素(4)：態度與情感 ☆聽聽專家怎麼說 - 消費者行為的涉入：動機理論與特性 ☆奧客商機/男人們，誰說你們只有在求婚的時候才可以送鑽石的？ ☆消費態度如何應用在行銷策略的實務	☆觀看線上教材 ☆影片案例分享與討論	1.5小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論
		影片教學+討論			撰寫學習單	0.5小時	
09	期中考	實體課程(教室筆試)	無	無	測驗	2小時	



週次	單元名稱	授課方式	單元教學目標	單元教材內容	單元教學活動	時數	備註
10	行銷決策	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解個人購買決策之結構設計</li> <li>☆了解消費者決策制定之內在因素的定義、步驟與實務作法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆個人購買決策</li> <li>☆消費者決策制定之內在因素(5)：動機與涉入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆繪製心智圖</li> </ul>	1.5 小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論
		影片教學+ 討論	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解知覺與情感與消費者知覺歷程的實務應用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆女人真善變，那男人呢？- 消費者知覺認知：知覺與情感與消費者知覺歷程</li> <li>☆誠品，你到底賣什麼？</li> <li>☆Zappos 網路帝國的生意經定義與步驟</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>撰寫學習單</li> </ul>	0.5 小時	
11	機會成本	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解機會與機會成本在購買決策過程的重要性</li> <li>☆了解機會、機會成本與消費者行為的關聯性</li> <li>☆了解行銷策略如何從顧客的價值發現，到價值變現</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆消費者決策制定之內在因素(6)：機會與機會成本</li> <li>☆那一年我們追的女孩 - 人格價值與機會與機會成本：機會與機會成本與消費者行為</li> <li>☆那一年我們排隊購買的限量鞋</li> <li>☆從價值發現，到價值變現/解碼 Me 時代機會與機會成本/秒殺時代 消費我最大</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆影片案例分享與討論</li> </ul>	1.5 小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論
		影片教學+ 討論			<ul style="list-style-type: none"> <li>撰寫學習單</li> </ul>	0.5 小時	
12	消費選擇	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解選擇與決策的本質</li> <li>☆了解消費者決策制定之內在因素(7)：個性、情緒與自我觀念</li> <li>☆了解定錨理論的理論法則</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆消費選擇的案例分享</li> <li>☆學習單-你具領導特質</li> <li>☆你了解你自己嗎-你是領導人才</li> <li>☆看看別人 - 文化與次文化：文化儀式與消費者</li> <li>☆定錨理論/2012 全球五大行銷趨勢/科技把名片變不見了</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆線上討論</li> <li>☆線上測驗</li> </ul>	1.5 小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論
		影片教學+ 討論			<ul style="list-style-type: none"> <li>影片案例分享與討論</li> </ul>	0.5 小時	
13	心理帳戶	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解心理帳戶與其作用</li> <li>☆了解消費者決策制定之內在因素之目的與生活型態的重要性</li> <li>☆了解一個人經濟的生活型態與行銷實務作法</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆產品擴散-科技公司的案例</li> <li>☆流行文化的適用對象與內容物</li> <li>☆消費者決策制定之內在因素(8)：生活型態</li> <li>☆來我家坐坐 - Field trip: We Jennifer / 法米甜點</li> <li>☆一個人的經濟</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆參與線上討論</li> <li>☆心得撰寫</li> </ul>	1.5 小時	教材提供： <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論：每周討論
		影片教學+ 討論			<ul style="list-style-type: none"> <li>撰寫學習單</li> </ul>	0.5 小時	



週次	單元名稱	授課方式	單元教學目標	單元教材內容	單元教學活動	時數	備註
				/A10 生活型態量表/我的澳洲旅遊報告			
14	沉沒成本應用	線上課程+PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解沉沒成本</li> <li>☆了解社會認同、從眾行為的意涵與目的</li> <li>☆了解社會認同、從眾行為、控制與資源投入的關係</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆社會中的消費者(1):文化與社會階層的影響</li> <li>☆一心二新三顆星-購買情境:實體與環境氣氛 Case study: Noma</li> <li>☆讓東方的DNA奔騰西方/文化與消費的關係/文化創意產業</li> <li>☆從眾與群體行為如何影響購買決策的形成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆線上作業</li> </ul>	1.5 小時	教材提供: <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論:每周討論
		影片教學+討論			<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆參與線上討論</li> </ul>	0.5 小時	
15	邊際效用	線上課程+PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解邊際效用</li> <li>☆了解社會中的消費者(2):家庭的影響與定義</li> <li>☆了解社會階級與家庭消費行為之定義與產生原因</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆社會文化的必要性與必然性</li> <li>☆打開夏娃荷包的秘密/ZARA 品牌策略</li> <li>☆我家的小公主-社會階級與家庭消費行為:家庭周命期與休閒參予</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆參與線上討論</li> </ul>	1.5 小時	教材提供: <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論:每周討論
		影片教學+討論			<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆參與線上討論</li> </ul>	0.5 小時	
16	邊際成本	線上課程+PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解邊際成本的定義</li> <li>☆了解社會中的消費者(3):參考團體與人際影響之定義</li> <li>☆了解參考團體與人際影響的重要性與意涵</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆所有公司文化都是以獲取最大營利為目標?</li> <li>☆非營利組織不是以營利為主?非營利組織如何永續經營?</li> <li>☆我說了算-參考團體與意見領袖:口碑行銷與個案</li> <li>☆網路口碑/品牌建誌/訂位也是一門好生意/從眾行為發酵團購熱潮起</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆線上測驗</li> </ul>	1.5 小時	教材提供: <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論:每周討論
		影片教學+討論			<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆參與線上討論</li> </ul>	0.5 小時	
17	學期重點回顧	線上課程+PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解消費心理在未來行銷管理、消費潮流與趨勢的應用</li> <li>☆了解消費者決策制定之情境因素:行銷手法整合型態理論與發展趨勢</li> <li>☆了解綠色環保等社會議題對消費心理的作用與影響</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆未來行銷、未來消費與消費未來?</li> <li>☆未來行銷或消費的重點在科技?心理作用?</li> <li>☆你懂我嗎?-特殊族群消費者行為:單身經濟消費與銀髮族消費行為</li> <li>☆冰山一角-綠色行銷下的消費者行為:永續的消費者行為</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆參與線上討論</li> <li>☆筆記與心得撰寫</li> </ul>	1.5 小時	教材提供: <input checked="" type="checkbox"/> 1. 重點提示 <input type="checkbox"/> 2. 事例 <input checked="" type="checkbox"/> 3. 練習 <input checked="" type="checkbox"/> 4. 反思活動 <input checked="" type="checkbox"/> 5. 補充教材或網路資源 <input checked="" type="checkbox"/> 6. 議題討論:每周討論
		影片教學+討論			<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆參與線上討論</li> </ul>	0.5 小時	

週次	單元名稱	授課方式	單元教學目標	單元教材內容	單元教學活動	時數	備註
				☆無料經營大體 驗/慷慨行銷			
18	學期報告繳交	實體課程 (教室筆試)	無	無	測驗	2小時	

\*著色部分代表教室實體課程，實體課程得視課程需要增加實施次數