

# 弘光科技大學網路教學計畫申請書

申請日期：113年2月22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	106	2	創業管理	2	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
2	111	1	消費者行為	2	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	22500
3	112	1	電競產品行銷	2	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	15000
4	112	1	消費者心理學	2	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	
5	112	2	產品行銷	2	<input type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否	11000

- 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：多媒體遊戲發展與應用系 開課班級：多媒體遊戲發展與應用系 日間部三甲

修讀對象：四技 二技 研究所，預計修課人數：50

開課學期：113學年度1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：

本課程以混成式網路教學提供學生行動學習便利性，結合3次實體課程促進師生互動與補救

教學機會。網路教學可養成學生自主學習與終身學習良好習慣，透過預習與複習方便學生隨時隨地完善學術理論，尤其是消費心理中部份艱澀難懂之詞彙定義。

本課程為 2 學分必修課程，部份章節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，因此，利用網路平台可提供大量之參考案例，供學生討論、作業，增加深度與廣度的學習利基。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 112 學年第 1 學期委員意見、學生課後意見，並考量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，案例討論與開放性作業可增加學生思考與學習深度。(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 112 學年第 1 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，學習單之設計更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。

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 113-1 學期數位學習教學助理名額。

林佳佳 代理組長 徐沛汶

盧信忠 副主任

熊德筠 主任

5. 面授教室需求說明：(如普通教室、專業教室、電腦教室、視聽教室或實作教室)  
資管系電腦教室 113. 3. 21

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：圖資處配合授課教師網路教學需求並提供協助。

吳偉同

王文璋

三、課程綱要

113. 3. 22

113. 03. 22

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：113.03.21 	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：113.04.09 	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

<p>網路教學委員會： 會議時間：</p>	<p>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</p>
<p>教務會議： 會議時間：</p>	<p>審查結果：<input type="checkbox"/>通過 <input type="checkbox"/>不通過</p>

教務會議

教務會議

教務會議

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「大專校院課程網」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：113 學年度 1 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/多媒體遊戲發展與應用系
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 checked="" type="checkbox"/> 日間部 <input 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	日間部 多遊三甲
16.	預計總修課人數	50
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/

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	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大專院校之學生</li> </ul>																													
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>週次</th> <th>單元名稱</th> <th>授課方式</th> <th>單元教學目標</th> <th>單元教材內容</th> <th>單元教學活動</th> <th>時數</th> <th>備註</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>01</td> <td>課程介紹、班級經營與定</td> <td>面授</td> <td> <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> <ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 課程介紹</li> <li>☆ 評量與分組</li> </ul> </td> <td> <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>2 小時</td> <td>           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> </td> </tr> <tr> <td rowspan="2">02</td> <td rowspan="2">自我論消費者與費者知覺</td> <td>線上課程+ PPT 講述</td> <td> <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> <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> <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>1.5 小時</td> <td rowspan="2">           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> </td> </tr> <tr> <td>影片教學+討論</td> <td> <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> <ul style="list-style-type: none"> <li>☆ 餐廳遇智慧型手機/排隊等待的食物特別香!</li> </ul> </td> <td>撰寫學習單</td> <td>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、班級經營與定	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： <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	自我論消費者與費者知覺	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： <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>☆ 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>☆ 餐廳遇智慧型手機/排隊等待的食物特別香!</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、班級經營與定	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： <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	自我論消費者與費者知覺	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： <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>☆ 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>☆ 餐廳遇智慧型手機/排隊等待的食物特別香!</li> </ul>	撰寫學習單	0.5 小時																									

				<p>線上課程+PPT 講述</p> <p>☆了解顧客涉入理論的重要性 ☆了解涉入理論對顧客消費的影響</p>	<p>☆市場發展者與消費的關係 ☆符號消費/妒嫉行銷/錢觀簡介與概述 ☆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) ☆市場永續經營與行銷專業之互補性</p>	<p>☆閱讀案例與分享 ☆參與線上討論</p>	1.5 小時	<p>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</p>
		03	涉入理論	<p>☆了解市場的極限與顧客需求的作用</p>	<p>☆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) ☆市場永續經營與行銷專業之互補性</p>	<p>☆撰寫學習單 ☆參與討論</p>	0.5 小時	
				<p>線上課程+PPT 講述</p> <p>☆了解消費者行為的基本概念與一般模式 ☆了解行銷規劃、管理的順序與重點</p>	<p>☆顧客是從記憶到消費知覺 ☆消費者心理因素: 購買決策與模式(AIDMA &amp; AISAS 模式) ☆混種消費/我才是元祖店: 消費者純正性需要 ☆定位與優勢的關係(顧客心目中的位置)</p>	<p>☆觀看線上教材 ☆線上測驗</p>	1.5 小時	<p>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</p>
		04	認程度產定 與品位	<p>☆了解行銷規劃如何與顧客認知、定位連結 ☆了解顧客認知的與產品定位的定義與應用</p>	<p>☆混種消費/我才是元祖店: 消費者純正性需要 ☆定位與優勢的關係(顧客心目中的位置)</p>	<p>撰寫學習單</p>	0.5 小時	
				<p>線上課程+PPT 講述</p> <p>☆了解學習理論的本質 ☆了解顧客決策與品牌忠誠的連結關係</p>	<p>☆消費決策的定義與本質簡介 ☆消費者決策制定之內在因素(1): 知覺與記憶 ☆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</p>	<p>☆觀看線上教材 ☆筆記與心得撰寫</p>	1.5 小時	<p>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</p>
		05	學理與牌忠 習論品忠	<p>☆了解決策的有限理性 ☆了解決策的步驟</p>	<p>☆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</p>	<p>撰寫學習單</p>	0.5 小時	

FM-10490-B09

表單修訂日期: 109.02.18

保存期限: 5年

					客的潛意識裡上一步驟化與過程			
06	機 動 理 論 與 需 求	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解動機與需求理論在實務上的用途</li> <li>☆動機與需求理論在實務上的用途</li> <li>☆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</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆規劃的定義與重點</li> <li>☆定位、優勢、策略與規劃的應用</li> <li>☆消費者決策制定之內在因素(2):知識與學習</li> <li>☆飢餓行銷還是從消費者行為與行銷策略:消費者需求特性與市場區隔</li> <li>☆品牌名稱及商標混淆/怪異會是一門好生意</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆線上討論作業</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>☆工作設計定義</li> <li>☆工作設計的應用</li> <li>☆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</li> <li>☆Adidas 量身打造的廣告/置入性行銷</li> </ul>	影片案例與分享討論	0.5 小時		
07	溝 通 理 論	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解如何與顧客進行的方法與行銷設計</li> <li>☆了解顧客溝通的定義與方法技術</li> <li>☆了解溝通設計與行銷規劃、行銷策略的實務應用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆工作設計定義</li> <li>☆工作設計的應用</li> <li>☆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</li> <li>☆Adidas 量身打造的廣告/置入性行銷</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			撰寫學習單	0.5 小時		
08	消 費 態 度	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解消費心理與消費度的關係</li> <li>☆了解消費態度的理論與步驟</li> <li>☆了解消費者態</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆組織變革的定義與理論</li> <li>☆消費者決策制定之內在因素</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	



				度在實務應用過程的重要關鍵	(4):態度與情感專家 ☆聽聽專家怎麼說-消費者行為的涉入:動機與特性 ☆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	個人決策	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	☆個人購買決策制定之內在因素與涉入 (5):動機與涉入 ☆女人真善美變,那男人呢?-消費者知覺與情感歷程 ☆誠品,你到底是賣什麼? ☆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	購買情境及後行為	線上課程+PPT講述	☆了解價值觀在購買決策過程的重要性 ☆了解價值觀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與價值觀 (6):價值觀 ☆那一年我們追的女孩-人格價值觀: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		

FM-10490-B09

表單修訂日期:109.02.18

保存期限:5年

					☆那一年我們排隊購買的限量鞋 ☆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			
12	集體決策	線上課程+PPT講述	☆了解領導的本質 ☆了解消費者決策制定之內在因素(7)：個性、情緒與自我觀念 ☆了解定錨理論的理論法則	☆集體決策的案例分享 ☆學習單一你具領導特質 ☆你了解自己嗎-你是領導人才 ☆看看別人-文化與次文化：文化儀式與消費者定錨理論/2012全球五大行銷趨勢/科技把名片變不見了	☆觀看線上教材 ☆線上討論 ☆線上測驗	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		
13	產的散流文 新品擴與行化	線上課程+PPT講述	☆了解消費者決策制定之內在與生活型態的重要性 ☆了解一個人經濟的生活型態與行銷實務作法	☆產品擴散-科技公司的案例 ☆流行文化的適用對象與內容 ☆消費者決策制定之內在因素(8)：生活型態 ☆來我家坐坐-Field trip：We Jennifer / 法米甜點 ☆一個人的經濟/AIO生活型態量表/我的澳洲旅遊報告	☆觀看線上教材 ☆參與線上討論 ☆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	
		影片教學+討論			撰寫學習單	0.5小時		

		14	群體行為 群行學	線上課程+PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <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> <li>☆了解社會認同、從眾行為控制與系統觀念的關係</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-情境:實體環境與環境氣氛 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 12</li> </ul>	1.5 小時	教材提供: <input 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	社會化 社文學	線上課程+PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <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>☆打開夏娃的秘寶 /ZARA 品牌策略</li> <li>☆我家的小公主-社會階級消費行為:家庭周命與休閒參與</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆觀看線上教材</li> <li>☆參與線上討論 3</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		
		16	文化	線上課程+PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解文化的定義</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>☆非營利組織不是以為營利為主?非營利組織如何永續經營?</li> <li>☆我说了算-參考團體與領袖: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 14</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		

FM-10490-B09

表單修訂日期: 109.02.18

保存期限: 5年

					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	☆了解未來行銷管理、消費的潮流與趨勢 ☆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	☆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：單身經濟消費者與銀髮族消費行為	☆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	☆了解綠色行銷、綠色消費的重要性	☆冰山一角 - 綠色行銷下的消費者行為：永續的消費者行為 ☆無料經營大體驗/慷慨行銷	撰寫學習單	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 <u>30%</u> 、期中 <u>30%</u> 、期末 <u>30%</u> , 合計 <u>100%</u> 。 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

## 不違反學術倫理承諾書

立承諾書人王瑞，為弘光科技大學多媒體遊戲發展與應用系專任老師。消費者心理學課程申請網路教學計畫，所有授課內容絕無剽竊、抄襲及剪貼他人之論述，並已獲知剽竊、抄襲及剪貼論文之定義。因此，凡引述他人之觀點及圖表，本人皆在授課資料內詳實註明出處，絕未涉及抄襲、剽竊及剪貼等違反學術倫理之情事。如有違反，本人除願意負起法律責任，並無條件退回所有獎勵金，絕無異議。特此聲明。

承諾人：

王瑞

(簽名)

聯絡電話：04-26318652 ext. 5419

聯絡地址：433 台中市沙鹿區臺灣大道六段 1018 號

中華民國 113 年 2 月 22 日

FM-10490-B09

表單修訂日期：109.02.18

保存期限：5 年

#### 課程資訊：

- 課程名稱：消費者心理學
- 開課系所：多媒體遊戲發展與應用系/日間部四技部 多遊系三年級學生
- 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：張軒珮 [ella931008@gmail.com](mailto:ella931008@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. (2022). Consumer behavior: Buying, having, and being (Global Edition, 12th Ed.). Pearson. (台北：華泰文化 02-2162-1217)。
2. 林建煌(2020)。行銷管理(第 7 版)。台北：華泰文化。
3. 夏業良等譯(2018)。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)(2018)。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. 陳敬旻、趙婷姝(譯)(2018)。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)
6. 漢寶德(2018)。談美感。台北：聯經出版社。
7. 顏湘如譯，2015，Honoré, C. 著，慢活，台北：大塊文化。

8. 陳鶴庭 (2009)。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。課程目的即在透過對消費者之知覺、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



課程地圖：

一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下
管理概論 (2/2) 必	產品行銷 (2/2) 必	提案與簡 報技巧 (2/2) 必	專題製作 (一)(2/2) 必	消費者心 理學(2/2) 必	專題製作 (二)(2/2) 必	互動媒體 製作(3/3) 必	履歷製作 技巧(2/2) 必
電競產業 概論(2/2) 必	遊戲概論 (2/2) 必	專案管理 (3/3) 必	遊戲數據 (2/2) 必	社群媒體 經營技巧 (2/2) 必			

a/b 代表 a 學分 b 小時

著色部分代表與消費者心理學課程脈絡直接相關

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	面授(教室課程)	自我介紹	2
2	自我理論與消費者知覺	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	涉入理論	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	學習理論與品牌忠誠	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	筆記與心得撰寫	2
6	動機理論與需求理論	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	作業+學習單	2
7	溝通理論	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	面授(教室筆試)	測驗	2
10	個人決策	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	繪製心智圖學習單	2
11	購買情境因素及購後行為	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	案例分享與討論	2
12	集體決策	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	案例分享與討論+ 測驗	2
13	新產品的擴散與流行文化	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	筆記與心得撰寫	2
14	群體行為學	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	作業+案例分享與	2

			討論	
15	社會文化學	線上課程+ PPT 講述+ 影片教學+討論	學習單	2
16	文化	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	期末考	面授(教室筆試)	測驗	2

\*著色部分代表教室課程

#### 計分方式：

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)30% 期中 30% 期末 40%

期末考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: 日間部四技多遊三甲

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	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	自我理論與消費者知覺	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： <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	
03	涉入理論	線上課程+PPT講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解顧客涉入理論的意義與重要性</li> <li>☆了解涉入理論對顧客消費心理的影響與關係</li> <li>☆了解市場的極限與顧客需求心的作用</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： <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> <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、定位聯結</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： <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	
05	學習理論與品牌忠誠	線上課程+PPT講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解學習理論的本質</li> <li>☆了解顧客決策與品牌忠誠的聯結關係</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： <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

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	☑5. 補充教材或網路資源 ☑6. 議題討論：每周討論
06	動機理論與需求理論	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： ☑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			影片案例分享與討論	0.5 小時	
07	溝通理論	線上課程+PPT 講述	☆了解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： ☑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	
08	消費者態度	線上課程+PPT 講述	☆了解消費心理與消費度的關係 ☆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： ☑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	
09	期中考	面授 (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	個人決策	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>	撰寫學習單	0.5 小時	
11	購買情境因素及購後行為	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解價值觀在購買決策過程的重要性</li> <li>☆了解價值觀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): 價值觀</li> <li>☆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</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 時代價值觀/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			撰寫學習單	0.5 小時	
12	集體決策	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解領導的本質</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>☆集體決策的案例分享</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			影片案例分享與討論	0.5 小時	
13	新產品的擴散與流行文化	線上課程+ PPT 講述	<ul style="list-style-type: none"> <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/AIO 生活型態量表/我的澳洲旅遊報告</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			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
14	群體行為學	線上課程+PPT講述	<ul style="list-style-type: none"> <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>☆了解社會認同、從眾行為控制與系統觀念的關係</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <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>☆影片案例分享與討論</li> </ul>	0.5 小時	
15	社會文化學	線上課程+PPT講述	<ul style="list-style-type: none"> <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>☆撰寫學習單</li> </ul>	0.5 小時	
16	文化	線上課程+PPT講述	<ul style="list-style-type: none"> <li>☆了解文化的定義</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>☆撰寫學習單</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>☆了解未來行銷管理、消費的潮流與趨勢</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>☆了解綠色行銷、綠色消費的重要性</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?</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> <li>☆無料經營大體驗/慷慨行銷</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>☆撰寫學習單</li> </ul>	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