請尊重智慧財產權，合法影印資料並使用正版教科書。
Please consult Intellectual Property Rights before making a photocopy. Please use the textbook of copyrighted edition.

國立東華大學

教學計劃表　Syllabus

課程名稱(中文) Course Name in Chinese	觀光休憩消費行為AA			學年/學期 Academic Year/Semester	112/1
課程名稱(英文) Course Name in English	Consumer Behavior in Tourism and Recreation				
科目代碼 Course Code	TRLS1070AA	系級 Department & Year	學二	開課單位 Course-Offering Department	觀光暨休閒遊憩學系
修別 Type	學程 Program	學分數/時間 Credit(s)/Hour(s)	3.0/3.0		
授課教師 Instructor	/陳麗如				
先修課程 Prerequisite					

課程描述　Course Description

教學目的

- 了解影響消費者行為內在與外在因子。
- 介紹消費者行為的所涵蓋的面向及其包含的理論與概念。
- 探討觀光休閒產業相關之消費者行為。

課程要求：

- 課前請針對該周主題進行課預習與複習。
- 課程訊息與補充資料會上傳於東華e學苑。
- 遲到、早退或中途離席請從後門進出。遲到兩次算缺席一次，缺席兩次內不扣分，缺席第三次起，無論理由，每次扣總成績3分。請假請事先知會授課老師；事假、公假、病假以證明文件為憑。
- 課程進行中請尊重彼此學習權益，不干擾教學與學習。手機請關靜音或震動，可以喝飲料但請不要吃東西。
- 課堂發言、學習態度與討論積極度，影響課堂參與成績。
- 請尊重智慧財產權，未經合法授權不得非法影印。
- 錯過學期考試，請最晚在考試當天下午5點前email通知老師；在能提供證明文件下(醫生診斷證明等)，可安排隔天補考，為公平起見，補考一律分數打折計算。
- 未參與當天課堂討論者，不給予相對應分數。
- 若發現作弊，考試分數一律以零分計。

課程目標　Course Objectives

- 了解影響消費者行為內在與外在因子。
- 介紹消費者行為的所涵蓋的面向及其包含的理論與概念。
- 探討觀光休閒產業相關之消費者行為。

圖示說明Illustration ：● 高度相關 Highly correlated ○中度相關 Moderately correlated

授 課 進 度 表 Teaching Schedule & Content

週次Week	內容 Subject/Topics	備註Remarks
1	課程簡介+導論	
2	導論+行為與行銷策略	
3	購買決策	
4	動機、涉入與價值觀+知覺	
5	國慶放假	
6	學習與記憶	
7	態度	

8	情緒	
9	人格、自我概念與生活型態	
10	購買情境	
11	文化與次文化	
12	參考團體與意見領袖	
13	社會階層+家庭	
14	學期考試：14:15-15:30 檢討考卷：15:45~	
15	小組報告I	
16	小組報告II	
17	元旦補假	
18	繳交書面報告：~17:00	

教 學 策 略 Teaching Strategies

- [x] 課堂講授 Lecture
- [x] 分組討論Group Discussion
- [ ] 參觀實習 Field Trip
- [x] 其他Miscellaneous: 小組報告+個人心得

教 學 創 新 自 評 Teaching Self-Evaluation

創新教學(Innovative Teaching)

- [x] 問題導向學習(PBL)
- [x] 團體合作學習(TBL)
- [ ] 解決導向學習(SBL)
- [ ] 翻轉教室 Flipped Classroom
- [ ] 磨課師 Moocs

社會責任(Social Responsibility)

- [ ] 在地實踐Community Practice
- [ ] 產學合作 Industy-Academia Cooperation

跨域合作(Transdisciplinary Projects)

- [ ] 跨界教學Transdisciplinary Teaching
- [ ] 跨院系教學Inter-collegiate Teaching
- [ ] 業師合授 Courses Co-taught with Industry Practitioners

其它 other:

學期成績計算及多元評量方式 Grading & Assessments									
配分項目 Items	配分比例 Percentage	多元評量方式 Assessments							
		測驗 會考	實作 觀察	口頭 發表	專題 研究	創作 展演	卷宗 評量	證照 檢定	其他
平時成績 General Performance	10%								課堂參與
期中考成績 Midterm Exam	25%		✓	✓					小組任務與討論
期末考成績 Final Exam	30%	✓							
作業成績 Homework and/or Assignments	10%								個人觀影反思
其他 Miscellaneous (期末報告)	25%								

評量方式補充說明
Grading & Assessments Supplemental instructions

評分主要分為個人努力與小組合作分數兩大項：
個人努力分數佔比 50%（課堂出席與表現10% + 個人觀影反思 10% + 學期考試30%）
小組合作分數佔比 50%（小組任務與課堂討論25% + 小組期末報告20% + 組內互評 5%）
其中小組期末報告20%配分組成：老師評分15%（書面與口頭報告）+ 組間互評5%(僅口頭)

教科書與參考書目（書名、作者、書局、代理商、說明）
Textbook & Other References (Title, Author, Publisher, Agents, Remarks, etc.)

曾光華，2022，消費者行為：洞察生活、掌握行銷，前程文化事業，四版

課程教材網址(含線上教學資訊,教師個人網址請列位於本校內之網址)
Teaching Aids & Teacher's Website(Including online teaching information. Personal website can be listed here.)

其他補充說明 (Supplemental instructions)

本堂課會開放部分加簽名額(抽籤制)，但考量教室空間與教學品質有加簽名額限制。
抽籤資格是第一週課堂必須出席參與，才能找助教登記加簽，取得抽籤資格的機會。
第一週課堂老師會確定可加簽名額，待課後老師抽籤確定加選名單將公告e學苑，後續以email通知可加簽同學，待加簽時會提供加簽QR code。
抱歉因有名額限制，若未能抽中的同學，就請依照選課系統排序取得修課機會。