



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	114/1
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： - 課前請針對該週主題進行課本與補充教材預習，課堂中會進行小組討論與ZUVIO個人課堂分享。課堂發言、學習態度與討論積極度，影響課堂參與成績。未參與當天課堂討論者，不給予相對應分數。 - 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。遲到兩次算一次缺席，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。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。 - 請尊重智慧財產權，未經合法授權不得非法影印。 - 同學可以使用AI工具協助理解文獻、整理文獻、議題發想，但務必盡到檢核與查證的責任(確認資訊來源與內容檢核)，特別要注意領域專有名詞的對應。此外，不可盡信生成式AI的內容，也切勿直接使用AI生成反思或期末報告，若有發現則一律嚴重扣分處理。					
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(分組名單公告_老師隨機分組模式)				
2	導論+行為與行銷策略				
3	購買決策(分組確定)				
4	教師節				
5	中秋節				
6	動機、涉入與價值觀+知覺				
7	學習與記憶				

8	業師講座I	
9	態度+情緒	
10	人格、自我概念與生活型態+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	
14	家庭	
15	學期考試：14:15-15:30 檢討考卷：15:45~16:15 企劃討論：16:20~	
16	小組企劃提案I	
17	小組企劃提案II	
18	繳交書面報告電子檔：~17:00	

教學策略 Teaching Strategies

- ☒ 課堂講授 Lecture
 ☒ 分組討論 Group Discussion
 ☐ 參觀實習 Field Trip
☒ 其他 Miscellaneous: 小組報告+個人反思+業師講座+小組課後現地踏查(東大門夜市)

教學創新自評 Teaching Self-Evaluation

創新教學(Innovative Teaching)

- ☒ 問題導向學習(PBL)
 ☒ 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 Industry-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(含出席) General Performance (Attendance Record)	10%								出席與課堂參與
期中考成績 Midterm Exam	20%		✓	✓					小組任務與討論
期末考成績 Final Exam	25%	✓							學期考試
作業成績 Homework and/or Assignments	20%								個人反思
其他 Miscellaneous (期末報告)	25%								含5%同儕互評
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 60% (課堂出席與表現10% + 個人反思 20% + 學期考試30%) 小組合作分數佔比 40% (小組任務與課堂討論15% + 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。									