Please consult Intellectual Property Rights before making a photocopy. Please use the textbook of copyrighted edition.

②國玄東華大學

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		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 學二 & Year		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

秋子口町

- 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:

7

學習與記憶

- 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,若在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

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

授課進度表 Teaching Schedule & Content

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) W A P M M M M M M M M M M M M M M M M M M						
社會責任(Social Responsibility)						
▼ 在地實踐Community Practice 產學合作 Industy-Academia Cooperation						
□ 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(含出缺席) 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。