

102-1 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	設計與消費者行為	科目序號 / 代號	2632 / IDD4069
開課系所	工業設計學系	學制 / 班級	大學日間部4年1班
任課教師	許玉珊	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 2	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(三)34 / G412	授課語言別	中文

課程簡介

設計的對象是消費者，瞭解消費者行為後才能設計出滿足消費者需求的產品。本課程希望能協助同學建立消費者行為之基本概念，了解消費者購買行為與決策的影響因素，作為產品設計的基礎。

課程大綱

消費者行為概論、消費者研究、消費者知覺、市場區隔、文化與消費者行為、消費者決策


基本能力或先修課程


具備基本產品設計能力，修過產品企劃課程者尤佳

課程與系所基本素養及核心能力之關連

美學知識與涵養

工程科技之應用

 使用者導向之創新

 跨領域創新整合

創意表達與溝通能力

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
使用者導向之創新	30%	對消費者生活型態與文化的瞭解 對消費者需求與行為的掌握 使用者導向的創新思維與能力	講述法 個案討論 影片欣賞 學生上台報告 專題報告	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 20% 課堂討論: 10% 口頭報告: 10%	加總: 100	30

跨領域創新整合	70%	具備邏輯思辨的能力 具備認知心理學基本知識 對設計程序與方法的瞭解 跨領域整合創新的能力	講述法 個案討論 影片欣賞 學生上台報告 專題報告	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 20% 課堂討論: 10% 口頭報告: 10%	加總: 100	70
---------	-----	---	---------------------------------------	---	---------	----

成績稽核

期中考: 30%
 期末考: 30%
 作業: 20%
 口頭報告: 10%
 課堂討論: 10%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
消費者行為學	張魁峰、林靈宏		五南出版社	0

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
行銷學	郭建志 顧萱萱		學富文化事業有限公司	0
行銷管理概論	蕭富峰		智勝文化事業有限公司	2011

上課進度

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程介紹 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	70	0	30	0	0
2	消費者行為概論	70	0	30	0	0
3	影響消費者行為的主要因素	70	0	30	0	0
4	文化、社會	50	0	50	0	0
5	個人、心理	50	0	50	0	0
6	個案討論與發表	70	0	30	0	0
7	STP目標行銷	70	0	30	0	0
8	市場區隔	70	0	30	0	0
9	期中發表	30	0	70	0	0
10	消費者決策	70	0	30	0	0
11	消費者購後行為	70	0	30	0	0
12	個案討論與發表	30	0	70	0	0
13	優良的消費性產品	30	0	70	0	0

14	從行銷學的演變看設計	70	0	30	0	0
15	設計思考改變世界	70	0	30	0	0
16	為真實世界而設計	70	0	30	0	0
17	最佳的設計案例	70	0	30	0	0
18	期末發表	30	0	70	0	0
