

(二)各科專業科目

表 11-3-2-○ (學校全銜)高級中等學校 校訂科目教學大綱

科目名稱	中文名稱	商業心理學			
	英文名稱	The Commerce Psychology			
師資來源	<input checked="" type="checkbox"/> 校內單科 <input type="checkbox"/> 校內跨科協同 <input type="checkbox"/> 跨校協同				
科目屬性	必/選修	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修			
	<input type="checkbox"/> 一般科目 <input checked="" type="checkbox"/> 專業科目 <input type="checkbox"/> 實習、實務、實驗科目				
科目來源	<input type="checkbox"/> 群科中心學校公告--課綱小組發展建議參考科目 <input checked="" type="checkbox"/> 學校自行規劃科目 <input type="checkbox"/> 其他_____				
學生圖像	專業力、行動力、學習力、創造力				
適用科別			資料處理科		
學分數			4		
開課年級/學期			第三學年 第一、二學期		
建議先修科目	<input checked="" type="checkbox"/> 無 <input type="checkbox"/> 有，科目_____				
教學目標	本課程將以實務應用為導向，除簡介商業心理的基礎理論之外，更闡述消費者心理、消費決策、商品及商標的特性與影響，同時強調商店環境的各項實務設計與員工的教育訓練等實際運作。				
教學內容					
主要單元	內容細項		分配節數	備註	

<p>一、商業心理學相關內容</p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 商業心理學的發展與應用</li> <li>2. 商業心理學的研究(定義、對象、方法)</li> <li>3. 商業心理學的研究原則</li> <li>4. 商業行為活動的心理形成</li> <li>5. 消費者的心理活動</li> <li>6. 消費心理的學習活動</li> <li>7. 消費需求心理的動機及層次</li> <li>8. 消費行為的類型</li> <li>9. 消費行為的心理特徵</li> <li>10. 消費干擾</li> <li>11. 消費群體的組合</li> <li>12. 消費角色與決策過程</li> <li>13. 商品特性與消費心理的關係</li> <li>14. 消費心理與商品生命週期</li> <li>15. 商標與消費心理</li> <li>16. 商品包裝的心理功能</li> <li>17. 商品包裝設計的心理要求</li> <li>18. 商品包裝與消費層次</li> <li>19. 商品價格的心理意義及現象</li> <li>20. 商品定價的心理策略</li> <li>21. 消費市場的心理意義、概念與特質</li> <li>22. 商業環境的情境心理(招牌、櫥窗設計、內部設計、照明、色調、美化、陳列)</li> <li>23. 商業廣告與商業宣傳</li> <li>24. 商業服務與消費心理</li> <li>25. 員工的心理建設(情感品質、工作意志、工作能力、教育訓練)</li> </ol>	<p>1 至 22 各三節 23 至 25 各 2 節</p>	
<p>合計</p>		<p>72 節</p>	

學習評量	
教學資源	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 林仁和，商業心理學，揚智文化，民國 90 年。</li> <li>2. 徐西森，商業心理學，心理圖書，民國 91 年。</li> </ol>
教學注意事項	本科目標在使學生本科目為商務溝通能力模組知識基礎科目。

備註：1.每一欄位均請填寫完整。

2.若同群多科開設同一科目，可共用一表敘寫。