

## (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	消費心理學			
	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	2				
開課年級/學期	第三學年 第一學期				
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		
一、商業心理學相關內容	1. 商業心理學的發展與應用	2			
	2. 商業心理學的研究(定義、對象、方法)	2			
	3. 商業心理學的研究原則	2			
	4. 商業行為活動的心理形成	2			
	5. 消費者的心理活動	2			
	6. 消費心理的學習活動	2			

	7. 消費需求心理的動機及層次	2	
	8. 消費行為的類型	2	
	9. 消費行為的心理特徵	2	
	10. 消費干擾	2	
	11. 消費群體的組合	2	
	12. 消費角色與決策過程	1	
	13. 商品特性與消費心理的關係	1	
	14. 消費心理與商品生命週期	1	
	15. 商標與消費心理	1	
	16. 商品包裝的心理功能	1	
	17. 商品包裝設計的心理要求	1	
	18. 商品包裝與消費層次	1	
	19. 商品價格的心理意義及現象	1	
	20. 商品定價的心理策略	1	
	21. 消費市場的心理意義、概念與特質	1	
	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)	1	
	23. 商業廣告與商業宣傳	1	
	24. 商業服務與消費心理	1	
	25. 員工的心理建設(情感品質、工作意志、 工作能力、教育訓練)	1	
合計		36 節	

<p>學習評量</p>	<p>一、學生成績的評量，除學校規定的筆試及作業成績外，教師在教學時應，以適合的方式考核學生對生活實例與經濟新聞時事之認識及思考能力，並作為平時成績之參考依據。</p> <p>二、教學須作客觀的評量，也可輔導學生作自我評量，以明瞭學習的成就與困難，作為繼續教學或補救教學之依據，並使學生從成績進步中獲得鼓勵。</p> <p>三、教學評量內容應兼顧認知(知識)、技能、情意(行為、習慣、態度、理想、興趣、職業道德)三方面，以利學生健全發展。</p> <p>四、評量的方法有觀察、作業評定、口試、筆試、測驗等，教師可按單元內容和性質，</p> <p>五、針對學生的作業、演示、心得報告、實際操作、作品和其他表現配合使用。</p> <p>六、因應學生學習能力不同，評量應注意個別差異，避免學生間的相互比較。</p> <p>七、除實施總結性評量外，教學中更應診斷性評量及形成性評量，以便即時了解學生學習困難，進行學習輔導。</p> <p>八、學習評量的結果須妥予運用，除作為教師改進教材、教法及輔導學生之依據外，應通知導師或家長，以獲得共同的了解與合作。</p> <p>九、未通過評量的學生，教師應分析、診斷其原因，實施補救教學；對於學習能力佳的學生，應實施增廣教學，使其潛能獲致充分的發展。</p>
<p>教學資源</p>	<p>由課程發展委員會之教材審查會議選定或編寫合適用書</p>

教 學 注 意 事 項	<p>(一)教材編選</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 教材內容及次序安排，應參照教材大綱之內涵，並符合課程目標。</li> <li>2. 教材內容之難易，應適合學生程度，避免陳義過高，影響學習興趣。</li> <li>3. 教材選用活潑、生活化，以達事半功倍之效。</li> <li>4. 教材之例題及習題，應與實務配合，使學生能學以致用。</li> </ol> <p>(二)教學方法</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 兼顧認知、技能、情意三方面之教學。</li> <li>2. 注重商用心理學知能學習及應用。</li> <li>3. 隨時培養學生職業道德觀念。</li> <li>4. 培育學生適應變遷、創新進取及自我發展之能力。</li> </ol> <p>(三)教學評量</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 配合授課進度，進行單元評量及綜合評量，以便及時瞭解教學績效，並督促學生達成學習目標。</li> <li>2. 評量內容應兼顧記憶、理解、應用及綜合分析。</li> <li>3. 評量方式注重商用心理學知能學習，培養商用心理學進修能力。</li> <li>4. 依據評量結果，改進教材、教法，實施補救或增廣教學。</li> </ol> <p>(四)教學資源</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 教學時運用創意並利用各項教學設備及媒體，以提升學習興趣。</li> <li>2. 利用相關實例，擴增教學內容與教學效果。</li> <li>3. 指導學生熟悉商用心理學人員從事商用心理學工作應注意的相關法令規定。</li> <li>4. 指導學生對資料的選取具時效且準確，具分析性。</li> </ol> <p>(五)教學相關配合事項</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 鼓勵學生參加其他等級技術士檢定。</li> <li>2. 本綱要所列之教學時數，僅能針對商用心理學知能概念之教授。</li> </ol>
----------------------------	--

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。