

課程編號：7M1079

## 獎勵大學校院辦理區域教學資源整合分享計畫

## 夏季學院通識教育課程

## 課程計畫書

學校名稱	逢甲大學		
課程中文名稱	消費行為與新產品企畫		
課程英文名稱	CONSUMER BEHAVIOR AND NEW PRODUCT PLANNING		
授課教師姓名	湛明暉	單位/系所	通識教育中心

第一部份、課程規劃	
開課學校	逢甲大學
中文課程名稱	消費行為與新產品企畫
全英語授課	<input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
課程類別	<input checked="" type="checkbox"/> A類討論課
課程領域	<u>通識-統合</u>
修課人數上限	<u>40</u> 人
特殊限制	★是否 <u>開放</u> 準大學生（高三升大一之新生）修課 <input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 ★是否 <u>開放</u> 研究生修課 <input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否 ★是否 <u>開放</u> 旁聽 <input type="checkbox"/> 是 <input checked="" type="checkbox"/> 否
學分數	<u>2</u> 學分
上課起迄日	<u>106</u> 年 <u>7</u> 月 <u>4</u> 日至 <u>8</u> 月 <u>1</u> 日
上課總週數	上課共 <u>5</u> 週，是否連續每週排課？ <input checked="" type="checkbox"/> 是，上課時間連續數週不中斷
上課時間及節數	日期 <u>7/4, 7/11, 7/18, 7/25, 8/1</u> 週二 9:10~12:00 每次 <u>3</u> 節、共 <u>5</u> 次； 日期 <u>7/4, 7/11, 7/18, 7/25</u> 週二 13:10~17:00 每次 <u>4</u> 節、共 <u>4</u> 次； 日期 <u>8/1</u> 週二 13:10~18:00 每次 <u>5</u> 節、共 <u>1</u> 次； 上課時數共計 <u>36</u> 節
上課地點	<input checked="" type="checkbox"/> <u>逢甲</u> 大學 _____ 校區
是否提供住宿	<input checked="" type="checkbox"/> 否

課程目標	<p>· 課程設計緣由 ·</p> <p>「創新是年輕人的事，應該把機會給年輕人。交棒給年輕人，世界才有轉型的機會。」這是阿里巴巴集團董事局主席馬雲，於 2014 兩岸企業家台北峰會中提出的呼籲。</p> <p>然而、創新的成功率究竟有多少？彼得·杜拉克在其著作《不連續的時代》書中曾經強調：「『巧妙構想』(bright idea) 十之八九都沒有結果，只會變成雋語……要醞釀出可行的最終成果，比例是千分之一。」</p> <p>所以在給年輕人機會之前，更應該先給年輕人認知、能力與視野。畢竟創新並不只是做一個自我感覺良好的美夢，而是要能夠通過市場的嚴苛競爭，或者、創造一個新市場。</p> <p>· 課程目標說明 ·</p> <p>如何引導學子走進商業創意？</p> <p>在此不妨借用彼得·杜拉克的想法：「市場是創新構想最有力的來源」，理由是根據美國商業部調查顯示，大部分的專利產品與流程，源自於市場的需求。</p> <p>總是 Think Different 的蘋果公司創辦人賈伯斯，對產品設計的創意軸心又是甚麼呢？</p> <p>曾擔任蘋果公司執行長的約翰·史考利，是這樣形容的：「賈伯斯總是從用戶體驗這個角度，去看待每一件產品。」</p> <p>是的，商業創意與其他類型創意的最大差異，在於商業創意很少是來自閉門造車的空想，也非天馬行空的幻想；而是必須透過系統化的方式，尋找新知識或新科技、探索新概念。</p> <p>既然消費者的價值觀、行為、期望、體驗、需求，是大創意的孕育溫床，那麼何不據此引領學子，嘗試從市場與消費者的視野角度，思索創新的契機和價值，甚至進一步建構不同以往的文化結構及生活型態，這就是「消費行為與新產品企畫」的課程目標。</p> <p>正如馬雲所言，在過去十五年當中，中國發生了天翻地覆的變化，出現許多新型企業和經營模式。</p> <p>當世界都在轉變的時刻，台灣年輕人又會如何運用創新力發揮影響力？讓我們一同期待台灣「新勢力」的出現與翻轉吧！</p> <p>交棒給年輕人，讓他們創造台灣的轉型機會。</p>		
教學內容及進度	次別	上課日期/時間	課程內容
	1	105/07/04 (二) 9:10 ~ 12:00	<b>概念啟蒙</b> ①課程及評量介紹。 ②「消費行為與新產品企畫」核心概念：人們買的不是產品，而是更好的自己、更好的想像。
	2	105/07/04 (二) 13:10 ~ 17:00	<b>1.創業團隊建立</b> ①自我介紹與自我行銷。

		<p>②創業團隊分組及工作分配：成立創新創業團隊、設計公司名稱、分配工作職務、構思經營理念。</p> <p><b>2.企業經營問題_分組討論課</b></p> <p>分組討論：企業經營問題探討與思考，例如赤鬼牛排如何從逢甲夜市到國際？王品牛排經營者為何會更換？</p>
3	105/07/11 (二) 9:10 ~ 12:00	<p><b>解析消費</b></p> <p>根據美國一項調查超過七萬名購物者的行銷研究，發現消費者在店中購物的行為，有一定的慣性。本次課程將探討採購單位或消費者的交換過程，此過程涉及到對於產品、服務、經驗及構想的獲得、消費、處理。課程重點包含：</p> <p>①認識行銷。 ②消費行為基礎概念</p>
4	105/07/11 (二) 13:10 ~ 17:00	<p>③消費需求與動機。</p> <p><b>企業實境觀察課：</b></p> <p>①活動目的：讓學子深入商業經營的第一線，從市場面向瞭解消費行為的各個面向。 ②活動規劃：尋找企業進行個案觀察與探討，例如麥當勞、7-11、85 等，探索其經營方式、店面布置、銷售特色等問題。</p>
5	105/07/18 (二) 9:10 ~ 12:00	<p><b>解析企畫</b></p> <p>①企畫與策略。 ②企畫書構成要素與撰寫探討。</p>
6	105/07/18 (二) 13:10 ~ 17:00	<p><b>1.簡報提案技巧</b></p> <p>簡報、是一種溝通媒介，不論是內外部會議、業務提案、商品銷售、計畫說明、成果報告、教育訓練、展場推廣等都需要使用簡報。 如何製作專業簡報？有些訣竅必須要知道...</p> <p><b>2.企業實境觀察課_心得報告</b></p> <p>企業實境觀察對照課堂教學，看到了甚麼？</p>
7	105/07/25 (二) 9:10 ~ 12:00	<p><b>閱讀分組報告</b></p> <p>①行銷前必修的購物心理學。 ②盒內思考。 ③麥肯錫新人培訓7堂課</p>

	8 105/07/25 (二) 13:10 ~ 17:00	<b>1.創意與思考</b> ①新產品構思與創意來源。 ②創意管理。 <b>2.創新創意討論課</b> 各組討論新產品或服務創意構思。
	9 105/08/01 (二) 9:10 ~ 12:00	<b>個別指導與討論</b> 指導各組確定新產品或服務創意之定案，完成企畫書與簡報。
	10 105/08/01 (二) 13:10 ~ 18:00	<b>創業競賽</b> ①發表大會：各組提出新產品創意構想企畫書及簡報提案。 ②集思廣益：其他組同學提供問題詢問與建議。
教學助理規劃	請勾選教學助理類型，並預估需求人數： <input checked="" type="checkbox"/> 申請 A 類討論課教學助理，預估 TA <u>  2  </u> 人	
	請說明運用教學助理之規劃： 前項 教學內容及進度 單元中，藍色字部分，即是 TA 將協助同學進行分組討論之課程。 討論 1.：企業經營問題_分組討論。 進行方式—分組討論、發表心得報告。 討論 2.：企業實境觀察。 進行方式--實境觀察、分組討論、發表心得報告。 討論 3.：閱讀分組報告。 進行方式--分組閱讀、討論、發表心得報告。 討論 4.：創新創意討論課。 進行方式—小組討論。	
指定用書	1.教師自編講義 2.行銷前必修的購物心理學 (同學自費購買)	
參考書籍	1.麥肯錫新人培訓 7 堂課__上完這些課，去哪裡都搶手 2.盒內思考__有效創新的簡單法則	
作業設計	1.企業實境觀察及心得報告。 2.閱讀分組報告：行銷前必修的購物心理學。 3.期末作業：新產品或服務企畫書、簡報。 「消費行為與新產品企畫」課程是由市場的視野關照創意的發想，因此企畫書內容除了產品創意、策略構思之外，更著重於經營管理實務面的能力培訓，	

	包含：創意構想可行性分析、市場定位、競爭分析、經營模式、風險損益評估等。
成績評定方式	<p><b>成績評定範圍：</b>總計有三個面向</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.出席率：10%</li> <li>2.平時討論及報告：40%</li> <li>3.期末企畫及報告：50%</li> </ol> <p><b>期末企畫及報告評分方式：</b></p> <p>期末企畫及報告之成績，占學期成績比例為50%。由於「消費行為與新產品企畫」屬於商業創意領域課程，為了讓學子能運用系統化的方式，尋找新知識、探索新概念，培訓創造新型企業和經營模式的能力，因此期末企畫及報告成績評定方式，涵蓋面向包含四領域：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.創意力 25 %：產品或服務的獨特性與新穎性。</li> <li>2.策略力 25 %：建立優勢的方式。</li> <li>3.溝通力 25 %：讓他人了解自己創意構想的表達能力。</li> <li>4.可行性 25 %：企畫構想的落實性。</li> </ol>
特殊創意規劃	<p>「消費行為與新產品企畫」課程與一般課程的差異性，在於以下幾項特殊的教學規劃：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.市場觀點：包括逢甲商圈的實境參訪、賣場經營活動的貼身觀察等，讓學子深入市場經營的核心，了解消費者的各種行為與購買動機。</li> <li>2.創業模擬：要求參與學子成立創新創業團隊，自行設計公司名稱、分配工作職務、構思經營理念、產品獨特創意、撰寫經營企畫書等，藉此培訓學子的組織力、邏輯力與溝通能力等，這是所有成功創業者必備的重點能力。</li> <li>3.互動討論：經由小組成員間的思考與討論，達到擴散思考、集思廣益之效。再透過各小組之間的提問與互動，將更強化動腦思考、拓展視野的成效。</li> <li>4.思考引導：台積電董事長張忠謀先生曾經說過，大學教育不再於學校教了甚麼？而在於學生到底思考了甚麼？</li> </ol> <p>本課程除了由教師傳授核心知識及技能之外，其餘創意發想、策略擬定、經營模式、企畫書撰寫、簡報溝通等，皆由學員自行思考和討論。</p> <p>教師則扮演教練的角色，給予問題提示與思考導引，讓學生能充分發揮潛能，激發創造力。</p>
課程網址	無