朝陽科技大學 097學年度第2學期教學大綱
Tourism Behavior 休閒消費行為

當期課號	3226	Course Number	3226
授課教師	任曙	Instructor	
中文課名	休閒消費行爲	Course Name	Tourism Behavior
開課單位	休閒事業管理系(二進)四A	Department	
修習別	必修	Required/Elective	Required
學分數	3	Credits	3
課程目標	課程內容涵蓋消費者在消費行爲上,策略上,文化上,道德上的議題並輔以休閒產業相關個案研討之。	Objectives	Courses addresses the issues and topics of customer behavior, including culture, marketing strategy, psychology etc.
教材	一.教材： 教科書：林建煌著，初版三刷，民9607，消費者行爲概論，台北市：華泰文化 林建煌著。消費者行爲概論。台北市：華泰文化，2007。 二.參考書： 1.白滌清著，民9509，消費者行爲，台北市：普林斯頓公司、培生教育出版公司。 2.林欽榮著，民91，消費者行爲，台北市：揚智文化。	Teaching Materials	一.Textbooks: 教科書：林建煌著，初版三刷，民9607，消費者行爲概論，台北市：華泰文化 林建煌著。消費者行爲概論(Introduction to Consumer Behavior)。台北市：華泰文化，2007。(required) 二.參考書： 1.白滌清著，民9509，消費者行爲，台北市：普林斯頓公司、培生教育出版公司。(required if available) 2.林欽榮著，民91，消費者行爲，台北市：揚智文化。(Consumer Behavior)。
成績評量方式	二、成績評量： 上課出席率20% 上課互動與學習態度10% 期中考30% 期末考40%	Grading	二、Grading: 1.Attendance 20% 2.Participation and performance in class 10% 3.Mid-term Exam 30% 4.Final Exam 40%
教師網頁			
教學內容	一.課程目標： 透過休閒消費者概念與定義的講授，讓學生對休閒產業與消費者有整體的宏觀觀念，學習有關休閒基本理論與消費著行爲之學問，獲得生活、學習與工作的基本能力。期許除得到休閒產業之基本知識外並能實際運用在未來學習課程與日常生活實務上，同時強化了解與解決消費者與休閒產業之間的問題及運用能力。 二.教學進度： 第1-2週：課程大綱與進度之整體說明、休閒消費者行爲基礎. 第3-4週：休閒消費者知覺與影響因素、消費者學習、個案討論. 第5-6週：消費者態度定義與特性、消費者決策過程與行爲. 第7-8週：消費者動機理論、種類與衝突. 第9-10週：期中考、個案討論. 第11-12週：消費者的人口統計變數. 第13-14週：消費者人格特質與理論、生活型態、價值. 第15-16週：消費者行爲宏觀面、家庭、社會、文化與消費關係、個案討論. 第17-18週：情境因素與消費者購買決策、期末考. 三.教學方式：Class activities: 1.採取教師講解、專案探討方式教學，及互相交流研究。 2.培養學生具備了解休閒消費者行爲	Syllabus	Objectives: 1.To acquaint students with the macroscopic concept of the leisure industry and consumer. 2.To learn the theories of leisure industry and consumer behavior. 3.Apply the knowledge to further education or practices; strengthen the ability of understanding and solving problems between the consumer and leisure industry. Week 1-2: Account for the general guidelines and teaching schedule of the course. Introduction to the leisure consumer behavior. Week 3-4: Awareness, affection and learning of leisure consumer. and case study Week 5-6:Definition and character of consumer attitude, decision-making process and behavior of consumer. Week 7-8: Thesis, category and conflict of consumer's motive. Week 9-10: Mid-term and case study. Week 11-12: Demographical variable of consumer. Week 13-14: Distinguishing characteristics, theory, living style and value of consumer. Week15-16:Macroscopic aspect of consumer behavior; relationships between consumption and family,

	理念及動機之知識。		society, and culture. and case study Week17-18: Situational factor and purchasing policy of consumer; Final exam. 三.Class activities: 1. There will be lectures, case study, and further discussion in class. 2. To provide students with the concept and motive of leisure consumer behavior.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。