

朝陽科技大學 098學年度第2學期教學大綱
Consumer Behavior 消費者行為

當期課號	1193	Course Number	1193
授課教師	劉德誼	Instructor	LIU,HUI HSUAN
中文課名	消費者行為	Course Name	Consumer Behavior
開課單位	企業管理系(四日)二A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	消費者行為學為行銷管理領域課程之一。探討消費者的需求，並提供最能滿足消費者需求的產品或服務，採取由內而外的做法，由消費者的重機、認知、學習、涉入、態度、溝通和自我觀念等方面著手;由個人決策過程配合群體決策影響，再輔以社會文化學觀念探討消費者行為。	Objectives	This subject introduces the process of consumer buying behavior,including the inner and outer factors.The inner factors include motivation, attitude, perception and lifestyle. The outer factors include families,society,culture , situational influences, and so on. With the combination of the theory and empirical examples,the students can fully understand the decision process of buying behavior.
教材	1.講義課本授課 2.個案研討	Teaching Materials	1.Lectures and PPT presentation 2.Case Study
成績評量方式	1.期中考30% 2.分組學期報告40% (上台報告10%；其它30%) 3.平時成績30% (含出席率、課程參與)	Grading	1.Midterms 30% 2.Term Paper 40% (Group Assignments) (Presentation 10%, Others 30%) 3.General Assessment 30% (Including Attendance 15%, Class Participation 15%) □
教師網頁	-		
教學內容	第一週(3/1) 課程介紹與說明 第二週(3/8) 消費者知覺 第三週(3/15) 學習、記憶與產品定位 第四週(3/22) 自我觀念 第五週(3/29) 態度與影響態度的因素 第六週(4/5) 端午節放假 第七週(4/12) 態度改變與行銷溝通 第八週(4/19) 期中考試 第九週(4/26) 人格特質與生活型態 第十週(5/3) 消費者個人之決策過程 & 學期研究報告簡報 第十一週(5/10) 消費者之購買行為 第十二週(5/17) 購後過程、顧客滿意與顧客忠誠 第十三週(5/24) 群體影響與意見領袖 第十四週(5/31) 組織購買行為之決策過程 第十五週(6/7) 消費者行為之跨文化差異 第十六週(6/14) 學期研究報告簡報 第十七週(6/21) 學期研究報告簡報	Syllabus	1st week Course Introduction 2nd week Consumer Perception 3rd week Learning & Memory & Pproduct Positioning 4th week Self-concept 5th week Attitude & Impact Factors 6th week Holiday 7th week Communication & Attitude 8th week Midterm Exam 9th week Personality Characteristics & Lifestyle 10th week Decision Process & Group Presentation 11th week Purchasing Behavior 12th week Customer Repurchase & Satisfaction & Loyalty 13th week Group & Opinion Leadership 14th week Consumer Decision Processes 15th week Cross-cultural Variation 16th week Group Presentation 17th week Group Presentation

尊重智慧財產權，請勿非法影印。