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	1350	Course Number	1350
授課教師	黃文星	Instructor	HUANG,WEN HSIN
中文課名	消費者行爲	Course Name	Consumer Behavior
開課單位	保險金融管理系(四日)三A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	2	Credits	2
課程目標	1. 能瞭解消費者行爲相關理論與知識。 2. 能應用消費者行爲相關知識與分析技巧於行銷管理。 3. 培養專業的消費者行爲管理的態度及分析行銷組合策略的客觀性決策方法。 4. 運用學生對「消費者行爲」所產生的好奇感，加入個案討論，讓學生在好奇與實務中，瞭解所學實作涵意，以提升其學習成就動機。	Objectives	1. Able to understand consumer behavior theories and knowledge. 2. Able to apply consumer behavior knowledge and analysis skills in marketing management. 3. Having professional consumer behavior management attitudes and objectiveness decision methods of analysis of marketing combination strategies. 4. Adding case discussions in students' curiosity on consumer behaviors to make students understand the meaning of practice and enhance the learning achievement motive.
教材	投影片 『消費者行爲』：葉日武譯，前程企業	Teaching Materials	Consumer Behavior，作者：Hawkins, Best and Coney
成績評量方式	期中考 50% 期末考 50%	Grading	middle exam 50 % Final exam 50%
教師網頁			
教學內容	本課程內容主要在探討消費者的決策過程，其中包括影響購買決策的內、外在因素，以及購買後的使用反應（滿意程度以及再購意願）。其中，在內在因素方面，包括了消費者的動機、態度、知覺以及生活形態等。至於外在因素部分，主要則包括家庭、社會、文化以及情境因素等。透過各種理論與實務案例的結合，輔以生動的圖片，期使同學得以完整地瞭解消費者行爲的各項內容。	Syllabus	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 and situational influences.With the combination of the theory and empirical examples,the students can fully understand the buying decision .

尊重智慧財產權，請勿非法影印。