

朝陽科技大學
101學年度第2學期教學大綱

當期課號	3159	中文科名	消費者行為
授課教師	陳博舜	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業必修	開課班級	四年制1年級 B班
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生核心能力關聯度	高度關聯	中高關聯	中度關聯	中低關聯	低度關聯
行銷專業實戰能力。			✓		
流通連鎖專業實戰能力。			✓		
職場所需資訊能力。					✓
良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力。	✓				
問題解決、終身學習與創新能力。			✓		
職場所需語文能力。			✓		

本課程培養學生下列知識：

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。

- 1.掌握顧客需求，增加顧客購買意願以提升銷售效率及效益
- 2.溝通表達
- 3.人際互動
- 4.團隊合作
- 5.問題解決

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.

每週授課主題

- 第01週：了解消費者
- 第02週：消費者行為與行銷策略
- 第03週：知覺與學習
- 第04週：記憶與知識
- 第05週：動機、價值觀與涉入
- 第06週：人格、自我與生活型態
- 第07週：態度形成與改變
- 第08週：消費者調查
- 第09週：期中考
- 第10週：消費者情感
- 第11週：消費者購買決策過程
- 第12週：購買情境與購後過程
- 第13週：獲得與處置
- 第14週：文化與次文化
- 第15週：團體與人際影響
- 第16週：家庭影響
- 第17週：網路消費者行為
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 期末考：40%
學習態度：30%
期中考：30%

證照、國家考試及競賽關係

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

主要教材

1.廖淑伶. 2013. 消費者行為.高立圖書(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：<http://www.marketing.cyut.edu.tw/ContentDetail.aspx?mid=teacher&cid=65&NewsID=51>

E-Mail：chprosen@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期四,第B~C節,地點:T2-816;

星期五,第8~9節,地點:T2-816;

分機:7072

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。