

朝陽科技大學
104學年度第1學期教學大綱

當期課號	3400	中文科名	消費者行為
授課教師	謝明錦	開課單位	傳播藝術系
學分數	2	修課時數	2
修習別	專業選修	開課班級	四年制3年級 A班
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生能力指標關聯度

核心能力	能力指標	高度	中度	低度
		關聯	關聯	關聯
傳播專業理論運用與理解分析媒體之能力	訊息思辨	✓		
	人文素養		✓	
	傳播理論與實務之認知		✓	
團隊合作與實踐職業倫理之能力	人際溝通		✓	
國際視野之多元傳播專業能力	語文表達		✓	

本課程培養學生下列知識：

消費者行為主要探討消費者在商品交易過程中所展現的各種行為，課程首先介紹影響消費者心理之因素，進而從外在社會及文化層面分析對消費者行為的影響，以使學生具備分析消費者心理及行為之能力。

- 1.能熟悉各種媒體之科技與市場特性
- 2.能運用基本產業分析工具、分析各種媒體的市場變化與趨勢
- 3.能具備媒體產業分析者的公正客觀的專業態度
- 4.能了解掌握媒體產業與市場的動態

1.To help students understand consumer behavior and the impact of environment on consumer behavior. 2.To improve the ability of analyzing consumer behavior. 3.To equip students with the professional attitudes of doing marketing and advertising research. 4.To help students understand the development of consumer behavior.

每週授課主題

- 第01週：導論（沈--第1章；蕭--第1章第1節），教師授課
 第02週：導論課堂競試，消費者行為研究方法（沈--第2章；蕭--第2章），教師授課
 第03週：消費者決策與風險（沈--第3章；蕭--第3章），教師授課
 第04週：中秋節補假
 第05週：動機（沈--第4章；蕭--第6章）、知覺（沈--第5章；蕭--第6章），分組報告，教師補充
 第06週：學習（沈--第6章；蕭--第5章），分組報告，教師補充
 第07週：前四週課堂競試，知識與品牌管理（沈--第7章），教師授課
 第08週：性格（沈--第8章；蕭--第7章），分組報告，教師補充
 第09週：期中考
 第10週：態度（沈--第9章；蕭--第8章），分組報告，教師補充
 第11週：參考群體與家庭（沈--第10、11章；蕭--第11章），分組報告，教師補充
 第12週：前四週課堂競試，文化（沈--第12、13、14章；蕭--第10章），教師授課
 第13週：網路與綠色消費（沈--第16章；蕭--第1章第2節），分組報告，教師補充
 第14週：體驗與情感（沈--第15章、17章）分組報告，教師補充
 第15週：產品策略與消費者行為（蕭--12章），分組報告，教師補充
 第16週：價格、通路策略與消費者行為（蕭--13、14章），教師授課
 第17週：行銷溝通策略與消費者行為（蕭--15章），教師授課
 第18週：期末考

成績及評量方式

- 學習態度：10%
 口頭報告：20%
 期中考：30%
 期末考：30%
 平時作業及出席：10%

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. 書名：消費者行為 作者：沈永正 出版社：三民書局 ISBN：978-957-14-5830-4 出版年：2014 版次：1 (教科書)
2. 書名：消費者行為 作者：蕭富峰 出版社：智勝文化 ISBN：978-957-729-867-6 出版年：2013 版次：2 (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.cyut.edu.tw/~/>

E-Mail：@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。