

**朝陽科技大學**  
**105學年度第2學期教學大綱**

當期課號	3149	中文科名	消費者行為
授課教師	徐暉勛	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
		開課班級	四年制1年級 A班
修習別	專業必修		
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	關聯度		
		高度關聯	中度關聯	低度關聯
行銷專業實戰能力	掌握顧客需求並進行售後服務及客戶關係管理。	✓		
有良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力	人際互動。	✓		
有良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力	團隊合作。			✓
問題解決、終身學習與創新能力	問題解決。		✓	
溝通表達與職場所需之語文能力	溝通表達。		✓	

**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.掌握顧客需求並進行售後服務及客戶關係管理
- 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：課程介紹
- 第02週：消費者行為導論
- 第03週：消費者行為與行銷策略
- 第04週：消費者行為與行銷策略
- 第05週：消費者購買決策
- 第06週：費者動機、涉入與價值觀
- 第07週：影片賞析
- 第08週：消費者知覺
- 第09週：期中考
- 第10週：消費者學習與記憶
- 第11週：消費者態度
- 第12週：消費者情緒
- 第13週：購買情境
- 第14週：文化與次文化
- 第15週：參考團體與意見領袖
- 第16週：社會階層
- 第17週：家庭
- 第18週：期末考

**成績及評量方式**

- 平時作業及出席：30%  
 期中報告：30%  
 期末報告：40%

**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.實務案例(自製教材)

### 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/~im905515/>

E-Mail：[im905515@cyut.edu.tw](mailto:im905515@cyut.edu.tw)

Office Hour：

星期三,第5~6節,地點:R-237;

星期四,第5~6節,地點:R-237;

分機:4461

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。