

朝陽科技大學
106學年度第1學期教學大綱

當期課號	7135	中文科名	消費者行為專題
授課教師	□鈺城	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業選修	開課班級	日間部碩士班1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	關聯度		
		高度關聯	中度關聯	低度關聯
行銷專業規劃與執行能力	掌握及規劃顧客需求並進行售後服務及客戶關係管理。	✓		
良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力	人際互動。	✓		
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，由消費者的動機、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.以系統方式了解消費者行為。
- 2.了解個人、團體或組織進行的消費決策過程。
- 3.了解消費的選擇、使用和處置的整體過程如何影響我們日常生活的各個層面。
- 4.了解消費的選擇、使用和處置的整體過程如何影響我們日常生活的各個層面。
- 5.了解行銷可以做什麼和不能做什麼，以及對行銷管理的道德限制。

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：第 1 章 消費者行為導論
- 第02週：第 2 章 消費者行為與行銷策略
- 第03週：第 3 章 消費者購買決策
- 第04週：第 4 章 消費者動機、涉入與價值觀
- 第05週：第 5 章 消費者知覺
- 第06週：第 6 章 消費者學習與記憶
- 第07週：第 7 章 消費者態度1
- 第08週：第 7 章 消費者態度2
- 第09週：期中考
- 第10週：第 8 章 消費者情緒
- 第11週：第 9 章 消費者人格、自我概念與生活型態
- 第12週：第10章 購買情境
- 第13週：第11章 文化與次文化
- 第14週：第12章 參考團體與意見領袖
- 第15週：期末報告
- 第16週：期末報告
- 第17週：期末報告
- 第18週：期末報告

成績及評量方式

- 出席狀況：25%
- 期中考：35%
- 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.消費者行為：洞察生活、掌握行銷2/e曾光華 前程 (教科書)(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

1.本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~tuyc/>

E-Mail：tuyc@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。