

朝陽科技大學
112學年度第2學期教學大綱

當期課號	1147	中文科名	消費者行為
授課教師	林孟璋	開課單位	企業管理系
學分數	3	修課時數	3
		開課班級	日間部四年制2年級 A班
修習別	專業選修		
類別	一般課程		

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，內容旨在探討消費者的需求，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.具備消費者行為之基本概念。
- 2.修課同學瞭解影響消費者購買決策之內、外在因素。
- 3.具備分析環境、診斷企業以及擬定行銷企劃的初階能力。

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：消費者行為概論
- 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：動機與價值
- 第06週：涉入與自我概念
- 第07週：人格與生活形態
- 第08週：態度行成
- 第09週：期中作業
- 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：購買情境
- 第14週：文化
- 第15週：次文化
- 第16週：參考團體
- 第17週：期末報告
- 第18週：彈性補充教學

成績及評量方式

- 隨堂模擬測驗：0%
- 口頭報告：30%
- 技術操作：0%
- 期末考：0%
- 學習態度：20%
- 平時作業及出席：20%
- 期中考：30%

證照、國家考試及競賽關係

- 國內大專院校企劃競賽

主要教材

1. Journal of Consumer Research(教科書)
2. 消費者行為 二版 廖淑伶著 前程企業(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/~mglin/>

E-Mail：mglin@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期二,第3~4節,地點:T2-927;

星期三,第5~6節,地點:T2-927;

分機:4222

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。