

# 南台科技大學 102 學年度第 2 學期課程資訊

課程名稱	消費者行為專題
課程編碼	70M05901
系所代碼	07
開課班級	碩研企管一甲
開課教師	簡南山
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	三 2 3 4 教室 S307
必選修	選修
課程概述	從不同社會科學(心理學、社會學、經濟學、人類學等)的觀點來瞭解消費者不同面向的消費行為，透過個案分析、專題報告以及消費者市場調查研究的討論，來分享與了解多元複雜的消費者行為,以及未來的消費趨勢。
課程目標	增加同學對於消費行為廣泛的敏銳度，了解解釋與預測消費者行為的各類理論模式，透過實作與小組討論，具備以消費者行為與市場調查作為行銷策略規劃與管理的能力。
課程大綱	<p>一、消費者行為基本概論</p> <p>消費者行為與行銷策略</p> <p>消費者行為的分析架構</p> <p>二、影響消費者行為的個體心理層面議題</p> <p>情感、認知與行為概論</p> <p>消費者產品知識與涉入、注意與理解、與態度與意圖</p> <p>消費者決策模式</p> <p>制約與學習過程</p> <p>影響消費者行為的策略模式</p> <p>三、影響消費者行為的社會文化層面議題</p> <p>環境概論</p> <p>文化與跨文化的影響</p> <p>次文化與社會階級</p> <p>參考群體與家庭</p> <p>四、專題探討議題</p> <p>1.從最具吸引力或最具廣告效果的戶外廣告，來探討消費者注意與知覺的特性</p> <p>2.從最有氣氛、最吸引消費者參與或完善服務過程的場景或商店，來探討消費者體驗與學習的特性</p> <p>3.從歷年流行與著名的廣告標語內容，來探討社會集體意識與動機</p> <p>4.從知名品牌歷年的廣告代言人，來探討產品/品牌特性與意見領袖的特質</p> <p>5.從歷年報章雜誌所引進的新族群名稱，來探討次文化與社會階層的內涵與</p>

	<p>轉變</p> <p>6.從歷年著名的創新產品(被視為年度或專家認為會引領風潮的創新產品),來探討消費市場趨勢</p>
英文大綱	<p>I . Basic Concepts of Consumer Behavior</p> <p>Introduction to Consumer Behavior and Marketing Strategy</p> <p>A Framework for Consumer Analysis</p> <p>II . Influencing Consumer Behaviors in individual level</p> <p>Introduction to Affect , Cognition and Behavior</p> <p>Consumers' Product Knowledge and Involvement</p> <p>Attention and Comprehension</p> <p>Attitudes and Intentions</p> <p>Consumer Decision Making</p> <p>Conditioning and Learning Processes</p> <p>Influencing Consumer Behaviors</p> <p>III . Influencing Consumer Behaviors in Social-Cultural level</p> <p>Introduction to the Environment</p> <p>Cultural and Cross-Cultural Influences</p> <p>Subculture and Social Class</p> <p>Reference Groups and Family</p>
教學方式	
評量方法	
指定用書	消費者行為,
參考書籍	<p>Michael R. Solomon, 2009, Consumer Behavior ~ Buying, Having, and Being (8th ed.), Pearson Education Inc.</p> <p>金蘭都,2014,最熟悉又最陌生的 14 億消費者,先覺出版</p> <p>廖淑伶,2012,消費者行為~理論與應用,前程文化出版</p> <p>Chuck Martin (許瑞宋譯),2011, 決戰第三螢幕~ 行動時代緊貼顧客的行銷與消費新模式, 天下文化出版</p> <p>Jennifer Aaker and Andy Smith (劉道捷譯), 2011, 蜻蜓效應 ~ 最新社群行銷致勝策略, 經濟日報出版</p> <p>Juliet B. Schor (陳琇玲譯), 2010, 新富餘~ 人類未來 20 年的生活新路徑, 商周出版</p> <p>Leigh Caldwell(林奕伶譯),2013,訂價背後的心理學,大是文化出版</p> <p>Matteo Motterlini(陳昭蓉譯),2010,情感經濟學~消費決策背後的真正動機,先覺出版</p> <p>Bob Burg &amp; John David Mann(林宜萱譯),2011,業績學:所有超級業務都知道這些事,高寶出版</p>

先修科目	
教學資源	
注意事項	
全程外語授課	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	