

## 南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	70N03901
課程中文名稱	消費者行為(與專四技企管二甲合開)
課程英文名稱	Consumer Behavior
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	夜四技企管二甲
任課教師	葉文鋒
上課教室(時間)	週五第 12 節(S403) 週五第 13 節(S403) 週五第 14 節(S403)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
課程概述	「滿足顧客需求」已為重要的經營典範，行銷人員更須洞悉目標消費者，了解其決策過程中，以制定出最精確的方案，使行銷活動獲得消費者的青睞。本課程將逐步講解消費者決策的過程，並分析內外部因素在此過程中產生的影響，藉此了解顧客，有效地影響顧客「選擇」的過程。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	<p>※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 -----</p> <p>1.能了解消費者行為的核心觀念與知識。 , To be able to understand the core concepts and knowledge of consumer behavior. , 3 行銷與業務知識</p> <p>2.能具備收集消費者行為相關資料之技能。 , To be able to acquire the skills of collecting information of consumer behavior. , 1 基礎商管知識</p> <p>3.能利用消費者行為理論進行行銷策略的規劃。 , To be able to apply professional consumer behavior knowledge on the planning of marketing strategy properly. , 6 創新與解決問題能力</p> <p>4.能將消費者行為個案研究撰寫成完整的個案報告。 , To be able to finish writing a complete case report of consumer behavior. , 7 整合與企劃</p> <p>5.能培養正確的學習態度與團隊精神 , To be able to cultivate a good learning attitude and team spirit. , 13 工作態度與團隊合作</p>
中文課程大綱	第一篇 導論 第二篇 外界影響因素

	<p>(消費者行為的跨文化差異、價值觀、次文化、人口統計與社會階層、家庭與家計 單位、群體影響因素)</p> <p>第三篇 內部影響因素 (知覺、學習、記憶與產品定位、激勵、人格與情緒、態度與影響態度的因素、自我 觀念與生活型態)</p> <p>第四篇 消費者決策過程與問題認定 (情境影響因素、資訊搜尋、方案評估與選擇、商店選擇與購買、購後過程、顧客滿意、與顧客忠誠、</p>
英/日文課程大綱	<p>Part I : The overview of consumer behavior</p> <p>Part II : The external affective factor</p> <p>Part III : The internal affective factor</p> <p>Part IV : Marketing decisions and consumer behavior</p>
課程進度表	<p>一 (3/2) 課程簡介 課程導覽</p> <p>二 (3/9) 第一章 消費者行為導論</p> <p>三 (3/16) 第二章 消費者行為與行銷策略</p> <p>四 (3/23) 第三章 消費者購買決策</p> <p>五 (3/30) 第四章 消費者動機、涉入與價值觀</p> <p>六 (3/31) 第五章 消費者知覺</p> <p>七 (4/13) 第六章 消費者學習與記憶</p> <p>八 (4/20) 第七章 消費者態度</p> <p>九 (4/27) 期中考 期中考</p> <p>十 (5/4) 第八章 消費者情緒</p> <p>十一 (5/11) 第九章 消費者人格、自我概念與生活型態</p> <p>十二 (5/18) 第十章 購買情境</p> <p>十三 (5/25) 第十一章 文化與次文化</p> <p>十四 (6/1) 第十二章 參考團體與意見領袖</p> <p>十五 (6/8) 第十三章 社會階層</p> <p>十六 (6/15) 第十四章 家庭</p> <p>十七 (6/22) 期末考 期末報告</p> <p>十八 (6/29) 期末考 期末報告</p>
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>能了解消費者行為的核心觀念與知識。 ， 課堂講授 ， 日常表現</p> <p>能具備收集消費者行為相關資料之技能。 ， 課堂講授 ， 日常表現</p>

	能利用消費者行為理論進行行銷策略的規劃。 ， 課堂講授 ， 筆試 能將消費者行為個案研究撰寫成完整的個案報告。 ， 課堂講授 ， 日常表現 能培養正確的學習態度與團隊精神 ， 課堂講授 ， 書面報告
指定用書	書名：消費者行為：洞察生活、掌握行銷 作者：曾光華 書局：前程文化事業有限公司 年份：2016 ISBN： ISBN 978-986-5774-64-6 版本：三版
參考書籍	1. 消費者行為：走在消費現場 謝明慧著 前程文化出版 Walking on Consumer Scene2013.07
教學軟體	
課程規範	