

南台科技大學 102 學年度第 1 學期課程資訊

課程名稱	餐旅消費者行為研究
課程編碼	MOM00801
系所代碼	0M
開課班級	碩研餐旅一甲
開課教師	林美蘭
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	一 5 6 7 教室 T0307
必選修	選修
課程概述	消費者行為是以消費對資訊處理的機制與內在學習及激勵的過程，來探討影響消費者的購買決策與因素。消費者行為的進行是透過行銷學與跨領域學科心理學、社會學、文化人類學、民族誌之間理論的交流，來研究分析消費者內在心理購買歷程與外部消費的行為。在以消費者資訊處理與決策過程為主要內容下，強調如何將這些理論運用至行銷與商業實務上。
課程目標	本課程以授課方式幫助學生建立消費者行為理論基礎，並探討消費者的資訊處理與決策。以個案討論消費者行為理論在餐旅產業的應用與案例。再者結合研究文獻的方式培養同學建立分析消費者行為之能力與技巧。
課程大綱	<p>瞭解消費者知覺</p> <p>瞭解消費者學習</p> <p>瞭解消費者態度</p> <p>瞭解消費者決策過程</p> <p>3.瞭解消費者行為的微觀面</p> <p>瞭解消費者動機</p> <p>瞭解消費者人格特質、生活型態、價值與人口統計變數</p> <p>4.瞭解消費者行為的宏觀面</p> <p>瞭解文化</p> <p>瞭解參考群體</p> <p>瞭解家庭</p> <p>瞭解社會階級</p> <p>瞭解創新擴散與情境因素</p> <p>5.瞭解行銷對於消費者的溝通</p> <p>瞭解消費者研究</p> <p>瞭解消費者溝通</p>
英文大綱	<p>1.Introduction and Overview</p> <p>2.Consumer Decision Process</p> <p>Consumer Perception</p>

	Consumer Learning and Attitudes Consumer Decision-Making Process 3. Micro Perspective of Consumer Behavior Consumer Motivation Personality, Lifestyles, and Values. 4. Macro Perspective of Consumer Behavior Culture Influences on Consumer Behavior Groups, Family and Social Class Diffusion of Innovations and Situation Factor 5. Communication of Consumer on Marketing The Consumer Research Process Communication of Consumer
教學方式	
評量方法	
指定用書	
參考書籍	Journal Paper
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	