

102-1 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	消費者行為專題研討	科目序號 / 代號	1568 / MDR5089
開課系所	管理學院博士班	學制 / 班級	研究所博士班2年1班
任課教師	張魁	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(二)789 / B101	授課語言別	中文

課程簡介

透過閱讀與評析方式讓學生了解重要的觀念與理論, 藉由案例討論了解消費者與行銷系統之互動關係. 以增進學生研究與寫作能力.




課程大綱

1. 知覺
2. 學習
3. 記憶
4. 動機
5. 價值觀
6. 自我
7. 態度
8. 期中考或論文報告
9. 態度之改變
10. 溝通
11. 個別消費者之決策
12. 購買
13. 處置
14. 群體之影響
15. 意見領袖
16. 家計單位之決策
17. 期末報告1
18. 期末報告2

基本能力或先修課程

行銷管理
研究方法

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  培養學生具備獨立研究專業教學與管理整合能力
-  推動學生具備跨領域研究與產業應用能力
-  強化學生具備參與國際性會議之能力

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
培養學生具備獨立研究專業教學與管理整合能力	50%	具備擔任大專院校商管領域教師或組織機構專業高階人員之資格	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告	期末考: 50% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 口頭報告: 15% 書面報告: 15%	加總: 100	50
推動學生具備跨領域研究與產業應用能力	20%	招收不同領域的研究生 開設跨領域課程 鼓勵跨領域研究論文 鼓勵產業實證分析之研究	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告	期末考: 50% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 口頭報告: 15% 書面報告: 15%	加總: 100	20
強化學生具備參與國際性會議之能力	30%	具備撰寫國際學術論文之專業能力 具備參與國際性產業會議發表與論述能力	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告	期末考: 50% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 口頭報告: 15% 書面報告: 15%	加總: 100	30

成績稽核

- 期末考: 50%
- 口頭報告: 15%
- 書面報告: 15%
- 課堂討論: 10%
- 課程參與度: 10%

教科書(尊重智慧財產權, 請用正版教科書, 勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
無參考教科書				

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權, 請用正版教科書, 勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
Journal of the Academy of Marketing Science	G. TOMAS M. HULT		233 Spring Stress New York, NY 10013-1578, USA	0

Journal of the Academy of Marketing Science	G. TOMAS M. HULT	233 Spring Stress New York, NY 10013-1578, USA	0
Journal of the Academy of Marketing Science	G. TOMAS M. HULT	233 Spring Stress New York, NY 10013-1578, USA	0
Journal of the Academy of Marketing Science	G. TOMAS M. HULT	233 Spring Stress New York, NY 10013-1578, USA	2013
Journal of the Academy of Marketing Science	G. TOMAS M. HULT	233 Spring Stress New York, NY 10013-1578, USA	2013
AMS REVIEW	Victoria L. Crittenden	P.O. Box 2485 Secacus, NJ 07096, USA	2012

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	知覺 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	80	0	0	0	20
2	學習	80	0	0	0	20
3	記憶	80	0	0	0	20
4	動機	80	0	0	0	20
5	價值觀	80	0	0	0	20
6	自我	80	0	0	0	20
7	態度	80	0	0	0	20
8	態度之改變	80	0	0	0	20
9	溝通	80	0	0	0	20
10	個別消費者之決策	80	0	0	0	20
11	購買	80	0	0	0	20
12	處置	80	0	0	0	20
13	群體之影響	80	0	0	0	20
14	意見領袖	80	0	0	0	20
15	家計單位之決策	80	0	0	0	20
16	期末報告1	0	0	100	0	0
17	期末報告2	0	0	100	0	0
18	期末報告3	0	0	100	0	0