

102-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	休閒消費者行為	科目序號 / 代號	2195 / RMM4005
開課系所	休閒事業管理學系	學制 / 班級	大學日間部3年1班
任課教師	呂文博	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(一)234 / B509	授課語言別	中文

課程簡介

休閒消費者行為是一門整合的學科，其內容包括社會學、心理學、行為學、經濟學及行銷學等領域，並以休閒理論的角度及觀點來分析及定義休閒消費者行為。休閒消費者行為研究已成為休閒事業在擬訂行銷策略時，不可或缺的重要部分，尤其在今日休閒化的台灣社會，更突顯出其重要性。由於了解消費者行為是進行產品設計、包裝及銷售的重要基礎，所以要能讓行銷活動有效的進行，必須先了解消費者如何購買或使用休閒產品。

課程大綱

- 第1章 導論
- 第2章 休閒消費者行為研究
- 第3章 休閒消費者知覺
- 第4章 休閒消費者動機與涉入
- 第5章 休閒消費者態度
- 第6章 休閒消費者人格特質、生活型態與人口統計變項
- 第7章 參考團體對休閒消費者的影響
- 第8章 文化對休閒消費者的影響
- 第9章 社會階層對休閒消費者的影響
- 第10章 家庭與休閒消費
- 第11章 休閒消費者創新擴散與情境因素
- 第12章 休閒消費者購買決策

基本能力或先修課程

無

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  休閒專業
-  規劃管理
- 領導力
- 國際觀
-  企業倫理

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】
休閒專業	30%		講述法 小組討論 個案討論	課堂討論: 30% 課程參與度: 40% 書面報告: 30%	加總: 100	30
規劃管理	30%		小組討論 學生上台報告	課堂討論: 50% 課程參與度: 50%	加總: 100	30
企業倫理	30%		訪談人物	作業: 50% 書面報告: 50%	加總: 100	30
表達溝通	10%		小組討論 小組合作 學生上台報告	課堂討論: 30% 課程參與度: 40% 書面報告: 30%	加總: 100	10

成績稽核

課程參與度: 31%
書面報告: 27%
課堂討論: 27%
作業: 15%

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
休閒消費者行為	張孝銘		華都文化事業有限公司	0

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
消費者行為	Leon G. Schiffman & Leslie Lazar Kanuk	顧萱萱 & 郭建志	學富文化事業有限公司	0

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	課程尚未開始 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	0	0	0	0	100
2	休閒的基礎概念	100	0	0	0	0
3	休閒消費者的行為研究	100	0	0	0	0
4	休閒消費者知覺	100	0	0	0	0
5	休閒消費者動機與涉入	100	0	0	0	0
6	休閒消費者態度	100	0	0	0	0
7	休閒消費者人格特質與生活形態	100	0	0	0	0
8	期中考	0	0	100	0	0
9	休閒消費者學習	100	0	0	0	0
10	參考團體與家庭對休閒消費者影響	100	0	0	0	0
11	文化對休閒消費者影響	100	0	0	0	0
12	次文化與跨文化對休閒消費者影響	100	0	0	0	0
13	社會階層對休閒消費者影響	100	0	0	0	0
14	休閒消費者創新擴散與情境因素	100	0	0	0	0
15	休閒消費者購買決策	100	0	0	0	0
16	放假	0	0	0	0	100
17	休閒消費者市場區隔	100	0	0	0	0
18	期末考	0	0	100	0	0