

102-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	消費者行為	科目序號 / 代號	2448 / BAM4027
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部2年2班
任課教師	鄭焜中	專兼任別	專任
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	(四)567 / B301	授課語言別	中文

課程簡介

瞭解消費者行為是行銷的重要環節，本課程希望能協助同學建立消費者行為之基本概念，了解消費者購買行為與決策的影響因素。本課程之設計在教學上除了課本內容之教導外，亦希望同學能對消費者行為相關之理論與實務能有深入瞭解。

課程大綱

消費者行為概論
 消費者研究方法
 消費者知覺
 文化與消費者行為
 消費者決策

基本能力或先修課程

行銷管理

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  溝通能力
-  團隊合作能力
-  創造力
-  道德關懷
-  管理專業能力

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 】
--------	--------------	------------------	------	---------------	---------------------	---------------------------

溝通能力	5%	有效傳達與接收資訊、知識的能力	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 服務學習	小考: 40% 期中考: 20% 期末考: 40%	加總: 100	5
團隊合作能力	10%	透過與同儕互動、分工與互助以達成特定目標的能力	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 服務學習	小考: 40% 期中考: 20% 期末考: 40%	加總: 100	10
創造力	15%	產生新穎想法並付諸實行的能力	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 服務學習 學生上台報告	小考: 40% 期中考: 20% 期末考: 40%	加總: 100	15
道德關懷	5%	具備人文素養、同理心及對環境的關心	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 服務學習	小考: 40% 期中考: 20% 期末考: 40%	加總: 100	5
管理專業能力	65%	具備生產、行銷、人事、研發、財務之各領域專業知識及實務能力	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 服務學習	小考: 40% 期中考: 20% 期末考: 40%	加總: 100	65

成績稽核

小考: 40%

期末考: 40%

期中考: 20%

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
自編教材	鄭焜中			0
消費者行為學	林靈宏/ 張魁峰		五南圖書出版股份有限公司	2009

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 consumer Research	Various			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	課程介紹, 消費者行為與消費者研究	80	0	0	20	0
2	消費者行為與行銷策略	80	0	0	20	0
3	市場區隔的再檢視	80	0	0	20	0
4	人格與消費者行為	80	0	0	20	0
5	消費者學習	80	0	0	20	0
6	服務學習	20	0	0	80	0
7	服務學習	20	0	0	80	0
8	服務學習	20	0	0	80	0
9	服務學習	20	0	0	80	0
10	服務學習	20	0	0	80	0
11	服務學習	20	0	0	80	0
12	服務學習	20	0	0	80	0
13	服務學習	20	0	0	80	0
14	服務學習	20	0	0	80	0
15	服務學習	20	0	0	80	0
16	服務學習	20	0	0	80	0
17	服務學習	20	0	0	80	0
18	期末報告	20	0	0	80	0