

## 98-1 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	2356 / BAM4027
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部3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	(一)4 / B302 (四)34 / B302	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

### 成績稽核

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
----	----	----	-----	-----

無參考教材及專業期刊導讀

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	70	10	20	0	0
2	消費者行為與行銷策略	70	10	20	0	0
3	消費者研究方法	70	10	20	0	0
4	市場區隔的再檢視	70	10	20	0	0
5	消費者動機	70	10	20	0	0
6	人格與消費者行為	70	10	20	0	0
7	消費者知覺	70	10	20	0	0
8	消費者學習	70	10	20	0	0
9	期中考	0	0	0	0	100
10	消費者態度形成與改變	70	10	20	0	0
11	溝通與消費者行為	70	10	20	0	0
12	參考群體與家庭影響	70	10	20	0	0
13	社會階層與消費者行為	70	10	20	0	0
14	文化與消費者行為	70	10	20	0	0
15	個案討論I	20	0	0	0	80
16	個案討論II	20	0	0	0	80
17	企業參訪	0	0	0	0	100
18	期末考	0	0	0	0	100