

98-2 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 | 2693 / MTB1026 |
| 開課系所 | 行銷與流通管理學系 | 學制 / 班級 | 進修學士班2年1班 |
| 任課教師 | 龐峻菱 | 專兼任別 | 專任 |
| 必選修 / 學分數 | 必修 / 3 | 畢業班 / 非畢業班 | 非畢業班 |
| 上課時段 / 地點 | (二)ABC / B404 | 授課語言別 | 中文 |

課程簡介

本課程將加強消費者行為與行銷觀念之探究和策略運用為主要目標，以增強行銷概念基礎，培養學生行銷企劃能力，瞭解當今消費者在資訊透明化的動態環境因應之道，以符合現代行銷人的基本要求。

課程將透過講授方式與學生互動的情境教學為主，經由學理的深入淺出更輔以個案實例探討分析，來培養學生的專業能力(P)與對問題解決的能力(S)，並藉由課程規劃的行銷期末報告來養成同學的團隊合作、溝通協調力(C)，更重要的是從小組報告中學習如何表達呈現報告能力與對學術倫理、道德關懷正視的重要性(E)。

希望同學將理論與實務的配合產生行銷策略之創意，或以模仿創新為主要引導方向，並且探討國內、外成功與失敗行銷個案，以啟發同學思考，分析之能力。

除了課本外，將會有另外補充講義輔助教學，請同學課前預習，課後複習，讓行銷生活化，生活行銷化。

簡言之，本課程結合有三大面向：

A. 管院之教育目標

1. 提共多元管理知識平台，深根管理知識探究之素養。

2. 強化學生國際觀與管理知識之競爭力。

B. 符合管院之核心能力四大構面

1. S(Problem solving)-解決問題能力(洞悉力、決策力、執行力)

2. C(Communication)-溝通能力(傾聽能力、表達能力)

3. E(Ethic)-倫理觀(社會倫理、企業倫理、學術倫理)

4. P(Professional)-專業能力(管理能力-強調商管知識與技能、學術能力-強調商管學術專業)

C. 發展管院之能力培養

1 多元化教學

2. 國際觀之培養

課程大綱

本課程主要在強調「整合創新能力」、「診斷行銷改善能力」、「消費者行為與行銷策略規劃能力」三項專業能力，並依據院、系核心能力(S¬-團隊合作與創造力、C-溝通能力、E-道德關懷、P-專業能力)，計劃於每一週培養之核心能力分述如下：

1課程簡介、2行銷基本概論(SCEP)、3 創造價值與顧客關係管理(SCEP)、4策略規劃與行銷策略(SCP)、5行銷研究(SP)、6個案探討(SCP)、7 消費者行為 (SP)、8 期中考、9 市場區隔、目標市場與定位(SCEP)、10產品策略與品牌經(SCEP)營、11 通路策略(SP)、12 個案探討(SCP)、13 定價策略(SCEP)、14促銷策略(SCEP)、15期末報告(SCEP)、16期末報告(SCEP)、17期末考(SCEP)

基本能力或先修課程

企業管理(管理學)

課程與系所基本素養及核心能力之關連

管理專業能力
溝通能力
團隊合作能力
創造力
道德關懷

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

| 週次 | 教學內容 | 分配時數(%) | | | | |
|----|----------------------------------|---------|----|----|----|-----|
| | | 講授 | 示範 | 習作 | 實驗 | 其他 |
| 1 | 課程簡介 (C.E) | 100 | | | | |
| 2 | 消費者行為與行銷策略之關係 (S.C.E.P) | 100 | | | | |
| 3 | 消費者知覺與學習 (S.C.E.P) | 100 | | | | |
| 4 | 消費者記憶與知識 (S.C..P) | 100 | | | | |
| 5 | 消費者動機、價值觀與涉入 (S.P) | 100 | | | | |
| 6 | Video watch & Case Study (S.C.P) | 50 | 50 | | | |
| 7 | 消費者人格、自我與生活型態 (S.P) | 100 | | | | |
| 8 | 期中考 (Mid-term) | | | | | 100 |
| 9 | 消費者態度形成與改變 (S.C.E.P) | 100 | | | | |
| 10 | 消費者情感 (S.C.E.P) | 80 | 20 | | | |
| 11 | 消費者購買決過程 (S.P) | 80 | 20 | | | |
| 12 | Video Watch & Case Study (S.C.P) | 50 | 50 | | | |
| 13 | 購買情境與購後過程 (S.C.E.P) | 80 | 20 | | | |
| 14 | 消費者與文化 (S.C.E.P) | 80 | 20 | | | |
| 15 | 團體與人際關係 (S.C.E.P) | 20 | 80 | | | |
| 16 | 期末報告 (S.C.E.P) | 0 | 0 | | | 100 |
| 17 | 期末報告 (S.C.E.P) | | | | | 100 |

