

99-1 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	1693 / IBM3025
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部4年1班
任課教師	張魁	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	必修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(一)N / B503 (四)89 / B504	授課語言別	中文

課程簡介

介紹消費者行為領域中重要的觀念; 及說明消費者與行銷系統互動之背後的基本原因!

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
- 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.期末考

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	授課說明	80	0	0	0	20
2	消費者行為概論	80	0	0	0	20
3	行銷管理與消費者行為	80	0	0	0	20
4	消費者知覺	80	0	0	0	20
5	涉入理論	80	0	0	0	20
6	認知程度與產品定位	80	0	0	0	20
7	學習理論與品牌忠誠	80	0	0	0	20
8	溝通理論	80	0	0	0	20
9	期中考	80	0	0	0	20
10	消費者態度	80	0	0	0	20
11	自我理論	80	0	0	0	20
12	個人決策	80	0	0	0	20
13	購買情境因素及購後行為	80	0	0	0	20
14	集體決策	80	0	0	0	20
15	新產品擴散理論與流行文化	80	0	0	0	20
16	群體行為學	80	0	0	0	20
17	消費決策研究應用	80	0	0	0	20
18	期末考	80	0	0	0	20