

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	1697 / IBM3025
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部4年2班
任課教師	封德台	專兼任別	兼任
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	(二)4 / B409 (三)34 / B409	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	Ch1 消費者行為與消費者研究	70	0	0	0	30
2	Ch1 消費者行為與消費者研究	70	0	0	0	30
3	中秋節放假	70	0	0	0	30
4	Ch3 消費者決策程序	70	0	0	0	30
5	Ch3 消費者決策程序	70	0	0	0	30
6	Ch4 購前程序：需要確認、搜尋與評估	70	0	0	0	30
7	Ch4 購前程序：需要確認、搜尋與評估	70	0	0	0	30
8	Ch5 購買	70	0	0	0	30
9	Ch5 購買	70	0	0	0	30
10	Ch6 購後程序：消費與消費後評估	70	0	0	0	30
11	Ch8 消費者動機	70	0	0	0	30
12	Ch9 消費者知識	70	0	0	0	30
13	Ch10 消費者信念、情感、態度與意圖	70	0	0	0	30
14	Ch14 進行接觸	70	0	0	0	30
15	Ch15 塑造消費者的意見	70	0	0	0	30
16	Ch16 協助消費者記憶	70	0	0	0	30
17	企業參訪	70	0	0	0	30
18	期末考	70	0	0	0	30