

## 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	2768 / IBB1029
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	進修學士班2年1班
任課教師	田孟龍	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 / B303	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	第1章消費者行為與行銷策略	80		20		
2	第2章消費者分析架構	80		20		
3	第3章情感與認知概論	80		20		
4	第4章消費者產品知識與涉入程度	80		20		
5	第5章注意與理解	80		20		
6	第6章態度與意圖	80		20		
7	第7章消費者決策	80		20		
8	第8章行為概論	80		20		
9	期中考週	80		20		
10	第9章制約與學習過程	80		20		
11	第10章影響消費者行為	80		20		
12	第11章環境概論	80		20		
13	第12章文化與跨文化影響	80		20		
14	第13章次文化與社會階級	80		20		
15	第14章參考群體與家庭	80		20		
16	第15章市場區隔與產品定位	80		20		
17	第16章消費者行為與產品策略	80		20		
18	期末考	80		20		