

101-2 Preliminary Syllabus, Da-Yeh Univ

Information			
Title	消費者行為	Serial No. / ID	2639 / IBM3025
Dept.	國際企業管理學系	School System / Class	大學日間部4年1班
Lecturer		Full or Part-time	專任
Required / Credit	Required / 3	Graduate Class	Yes
Time / Place	(四)567 / B506	Language	Chinese

Introduction
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!

Outline
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

Prerequisite
行銷管理