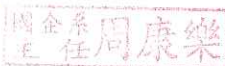


開南大學 95 年度第 2 學期 國際企業 學系科目教學計劃表

科目代碼	科目名稱	授課教師	修別	開課年級	學分數	每週時數																																																
15204900	中文：消費者行爲	謝雅惠	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	進修 五年級	3	3																																																
	英文：Consumer Behavior & Marketing	先修課程	無																																																			
教學目標與內容	企業競爭使得行銷技術成爲企業生存的利器，而台灣經濟也漸漸走向「顧客服務導向」的訴求，了解消費者購買之行爲，實爲一切行銷策略之基礎。																																																					
實施方法	<input checked="" type="checkbox"/> 講解法。 <input type="checkbox"/> 實作法。 <input checked="" type="checkbox"/> 討論法。 <input type="checkbox"/> 演習法。 <input type="checkbox"/> 問答法。 <input type="checkbox"/> 其他 ()。																																																					
評量方式	期中測驗 30 % 。期末測驗 40 % 。平時成績 30 % 。																																																					
授課使用及參考書籍	(請按作者、書名、版別、出版商、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。 消費者行爲---李瑾玲 譯 滄海書局																																																					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：																																																						
<table border="1"> <tbody> <tr><td>1. 課程介紹</td><td>第</td><td>1</td><td>週</td></tr> <tr><td>2. 消費者行爲與行銷策略</td><td>第</td><td>2</td><td>週</td></tr> <tr><td>3. 情感、認知與行銷策略</td><td>第</td><td>3</td><td>週</td></tr> <tr><td>4. 消費者決策</td><td>第</td><td>4</td><td>週</td></tr> <tr><td>5. 影響消費者行爲</td><td>第</td><td>5</td><td>週</td></tr> <tr><td>6. 期中考</td><td>第</td><td>6</td><td>週</td></tr> <tr><td>7. 文化與跨文化影響</td><td>第</td><td>7</td><td>週</td></tr> <tr><td>8. 市場區隔與產品定位</td><td>第</td><td>8</td><td>週</td></tr> <tr><td>9. 消費者行爲與產品策略</td><td>第</td><td>9</td><td>週</td></tr> <tr><td>10. 消費者行爲與促銷策略</td><td>第</td><td>10</td><td>週</td></tr> <tr><td>11. 消費者行爲與定價策略</td><td>第</td><td>11</td><td>週</td></tr> <tr><td>12. 期末考</td><td>第</td><td>12</td><td>週</td></tr> </tbody> </table>							1. 課程介紹	第	1	週	2. 消費者行爲與行銷策略	第	2	週	3. 情感、認知與行銷策略	第	3	週	4. 消費者決策	第	4	週	5. 影響消費者行爲	第	5	週	6. 期中考	第	6	週	7. 文化與跨文化影響	第	7	週	8. 市場區隔與產品定位	第	8	週	9. 消費者行爲與產品策略	第	9	週	10. 消費者行爲與促銷策略	第	10	週	11. 消費者行爲與定價策略	第	11	週	12. 期末考	第	12	週
1. 課程介紹	第	1	週																																																			
2. 消費者行爲與行銷策略	第	2	週																																																			
3. 情感、認知與行銷策略	第	3	週																																																			
4. 消費者決策	第	4	週																																																			
5. 影響消費者行爲	第	5	週																																																			
6. 期中考	第	6	週																																																			
7. 文化與跨文化影響	第	7	週																																																			
8. 市場區隔與產品定位	第	8	週																																																			
9. 消費者行爲與產品策略	第	9	週																																																			
10. 消費者行爲與促銷策略	第	10	週																																																			
11. 消費者行爲與定價策略	第	11	週																																																			
12. 期末考	第	12	週																																																			
說明：																																																						
1. 授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。																																																						
2. 本表於 91.4.23 第四次校課程委員會討論通過。																																																						

課程委員會召集人：



授課教師：