

開南管理學院 94 年度第一 學期 消費者行為科目教學計劃表

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
	中文：消費者行為	林正穩	必修	2年A、B班	3	3
	英文：Consumer Behavior	先修課程	行銷學、社會學、心理學、企業概論、統計學、人類文化學			
教學目標與內容	主以市場買賣雙方交易觀念形成及行為模式分析，來進行教學與探討，讓同學理解消費本質概念及使命感，並期望師生在教授與學習之間，能增進提升對本課程之興趣和概念的運用。					
實施方法	*Power Point教學。*案例說明。*傳閱資料。*分組討論與發表(報告)。*MBA教學。					
評量方式	期中測驗30%(筆試or上台發表Power Point)。期末測驗40%(筆試：是非選擇共五十題，日2A、2B英文出題、夜2A則以中文出題)。平時30%(缺曠課、作業、學習態度、平時表現)。					
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)。 Blackwell R.D., P.w. Miniard, J.F. Engel(2001), Consumer Behavior, 9/e. Ohio: South-Western					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
週次	教學內容、大綱					備註
1	第一章 消費者行為導論					
2	第二章 確認消費者行為活動以及消費者分析人員如何監視消費者趨勢					
3	第三章 在非營利公司與營利公司整合消費者行為與其策略性規劃					
4	第四章 決策過程的模式，將決策過程分成七個階段，並討論影響每個階段活動的變數。					
5	第五章 決策過程模式的購前階段，即需要確認、資訊搜尋、方案評估。					
6	第六章 消費者在何處、如何購買產品，以及哪些因素影響其購買行為					
7	第七章 瞭解消費者行為有用的人口統計資料、心理資料以及人格變數					
8	期中考前複習					
9	【期中考】					
10	第八章 消費者動機與激發購買行為的各種動機。					
11	第九章 消費者知識。知識與情感決定了消費者的態度與意向					
12	第十章 瞭解消費者信念、情感、態度與意向的重要性。					
13	第十一章 文化與種族對消費者行為的影響，包括了宗教、價值觀與社會階層的角色。					
14	第十二章 家庭與家計響力，包括了社會中男性與女性角色的變化，以及家計單位組成的變化。					
15	第十三章 形成我們行為與生活的個人與群體的影響力					
16	第十四章 與潛在購買者進行接觸，公司在進行接觸後會試著形成消費者的產品意見。					
17	期末考前複習					
18	【期末考】					
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：

國企系周康樂
主任

授課教師：

林正穩

課務組
94.10.20
收文章