

消費者行為課程大綱

授課老師：施錦村

主要書籍：謝文雀譯，消費者行為第2版，台北：華泰書局，2001。

參考書籍：林建煌著，消費者行為，台北：智勝書局，2002。

課程大綱：第一週：課程介紹及消費者行為定義

第二週：消費者行為與企業策略的關係

第三週：消費者決策過程(1)

第四週：消費者決策過程(2)

第五週：消費者購買程序(1)

第六週：消費者購買程序(2)

第七週：消費者行為相關理論(1)

第八週：消費者行為相關理論(2)

第九週：期中考

第十週：消費者行為的個人決定因素(1)

第十一週：消費者行為的個人決定因素(2)

第十二週：消費者行為的個人決定因素(3)

第十三週：消費者行為的個人決定因素(4)

第十四週：文化、社會、家庭對消費者行為的影響

第十五週：群體與人員的影響力

第十六週：接觸與消費者意見的形成

第十七週：如何協助消費者記憶

第十八週：期末考

成績計算方式：期中考(30%)、期末考(30%)及平時成績期中考(40%)

平時成績辦法：

1. 到課率
2. 小考：每一章上完後隔週小考

企管系李文雄(乙)
主任

課務組
95.4.17
收文章

課程大綱維護系統 (教師版)

您好!這是施錦村老師所開設課程之課程大綱,請點選以下課程開始修改:

選擇	課程編號	班次	課程名稱	開課學年期	開課部別	開課系所
<input type="radio"/>	101042530	01	企業購併理論與實務	0942	大學部(日)	企業管理學系
<input type="radio"/>	151021400	01	企業倫理	0942	進修部(夜)	企業管理學系
<input type="radio"/>	151021700	01	服務業行銷	0942	進修部(夜)	企業管理學系
<input checked="" type="radio"/>	161030390	01	消費者行爲	0942	二在部(夜)	企業管理學系 二年制在職專班

輸入課程大綱內容 輸入課程大綱URL (若您已有資料置放於網站上,請點選此項輸入連結)

本課程教學目的:

- 1.使消費者瞭解影響消費決策的個人及環境因素,以作出最適決策;
- 2.使廠商瞭解消費者購買的心理程序,促進廠商訂定最佳行銷策略,傳遞產品價值,滿足消費者需求;
- 3.使學生充分瞭解消費者行爲的核心價值,有助將消費者行爲的學習成果,成爲美好的經驗,作爲職場服務的參考準則。

課程設計:

- 1.消費者行爲的基本概念,及分析消費者行爲如何影響公司策略;
- 2.消費者的決策過程-購前程序,購買,購後評估;
- 3.消費者行爲的個人決定因素;
- 4.消費者動機,信念,意圖,情感及態度;
- 5.環境對消費者行爲的影響。

確定

取消

帶入歷年資料

[登出系統](#)

使用說明:

- 1、請先點選您要編輯的課程。
- 2、若您已在其他Web站台上放置課程大綱,請選擇【課程大綱URL】,我們會在課程查詢系統中該課程的選項上產生一個Link,可直接Link到您指定的URL。
- 3、若您未曾在其他Web站台上放置課程大綱,請選擇【課程大綱】,我們會將您填寫的資料存入資料庫中,使得學生可在課程查詢系統中看到該課程的課程大綱內容。
- 4、每次請選擇一個課程填寫,並按下【確定】按鈕,以更新資料庫。

課務組
95.4.17
收文章