

開南大學 95 年度第 1 學期 企業管理 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
151020800	中文：消費者行為	黃日鈺	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	二年 班	3	3
	英文：Consumer Behavior	先修課程	無			
教學目標與內容	消費者行為的研究基於為了瞭解與洞悉而檢視人們，研究與瞭解消費者行為是企業與個人在市場成功的先決條件。本課程目的在使學生能學習到消費者行為之相關理論，並輔以個案範例做說明，兼顧理論與實務應用，以助於學生未來進入職場的參考準則。					
實施方法	■講解法。 □實作法。 ■討論法。 □演習法。 □問答法。 □其他 ()。					
評量方式	期中測驗 30%。 期末測驗 40%。 平時成績 30%。 其他 () 成績 □□%。					
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)。 謝文雀譯, Blackwell, R. D., Miniard, P. W. and Engel, J. F. 原著, 消費者行為, 中文第二版, 華泰文化事業股份有限公司, 民國 90 年。 參考書籍 J. A. Howard and J. N. Sheth, 'The Theory of Buyer Behavior' (Wiley, 1969) J. Engel, D. Kollatt and R. Blackwell, 'Consumer Behaviour' (Dryden Press, 1978) D. Mercer, 'Marketing' (Blackwell, 1996)					
科目簡介(可含大綱及教學進度)：						
使學生能學習到消費者行為之相關理論，並輔以個案範例做說明，兼顧理論與實務應用。						
消費者行為與消費者研究						
消費者分析如何影響企業策略						
消費者決策過程						
購前程序：需要確認、搜尋與評估						
購買						
購後程序：消費與評估						
人口統計變數、心理變數與人格						
消費者動機						
消費者知識						
消費者意圖、態度、信念及情感						
進行接觸、形成消費者意見						
協助消費者去記憶						
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。 Designer jenny						

課程委員會召集人：

企管系 主任 李文雄 (心)

授課教師：黃日鈺

