

國立高雄第一科技大學
National Kaohsiung First University of Science and Technology
105 學年度 第二學期
Spring Semester/2017 School Year
顧客心理(Customer Psychology)
授課大綱 Syllabus

開課班級 Class	金融系 3A Department of Money and Banking 3A	授課教師 Teacher	陳世雷
修別 Required/Elective	選修 Elective	學分數 Credit	3

課程目標 Objective	1. 經由學科及術科的雙重教學配合，讓學生更了解運動時，所產生的生理變化，例如心肺、肌力、柔軟度、體脂肪的增減 By teaching of academic and skill subjects, students learn the physiological change while exercising, such as the change of cardiopulmonary function, muscle strength, flexibility and body fat. 2. 藉由運動來達到抗壓的效果，培養學生喜好運動的動力 By exercise, Students can relax and create the motivation to go sport. 3. 養成學生終身運動習慣 Build students' habit of lifelong exercise.
具服務學習內涵課程 Service-and-Learning Course	否
相關網址 Related Website	網址：
教科書 Text book	曾光華，2016，消費者行為，第三版，台北：前程文化出版 林仁和，2015，消費心理學，初版，台北：五南圖書出版
參考書籍 Reference	林建煌，2016，消費者行為概論，第四版，台北：華泰文化出版 蕭富峰，2013，消費者行為，第二版，台北：智勝文化出版 謝明慧，2015，消費者行為，初版，台北：前程文化出版 白滌清譯，Blackwell et al.著，2012，消費者行為(Consumer Behavior)，初版，台北：華泰文化出版
評分方式 Grading	1.平時出勤課堂參與 15% 2.期中讀書心得報告 20% 3.期末分組專題報告 25% 4.期中考、期末考 40%
對修習學生建議事項 Suggestions for students	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。本課程乃有系統地探討消費者行為理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用。藉以提升同學對消費者行為議題的興趣，並培養同學分析與解決行銷問題的能力，其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。本課程教學目標如下： (1)使學生瞭解消費者的心理與行為之理論架構。 (2)學習消費者之知覺、態度、決策與消費動機之形成，及其在行銷管理之意涵。 (3)瞭解影響消費者心理與行為之因素，並學習利用市場策略影響消費者行為。

(4)學習運用市場分析協助掌握消費者需求。

預計進度 Progress

第 01 週 課程簡介、分組

第 02 週 第 1 章：消費者行為導論

第 03 週 第 2 章：消費者行為與行銷策略

第 04 週 第 3 章：消費者購買決策、提出期末專題題目

第 05 週 第 4 章：消費者動機、涉入與價值觀

第 06 週 第 5 章：消費者知覺

第 07 週 第 6 章：消費者學習與記憶

第 08 週 第 7 章：消費者態度

第 09 週 期中考、期末專題進度報告

第 10 週 第 8 章：消費者情緒

第 11 週 第 9 章：消費者人格、自我概念與生活型態

第 12 週 第 10 章：購買情境、繳交期中讀書心得報告

第 13 週 第 11 章：文化與次文化

第 14 週 第 12 章：參考團體與意見領袖

第 15 週 第 13 章：社會階層

第 16 週 第 14 章：家庭

第 17 週 期末分組專題報告

第 18 週 期末考