



《尊重智慧財產權，請使用正版教科書，勿非法影印書籍及教材，以免侵犯他人著作權》

開課班級:

授課老師: 陳佳誼

學分數: 0.3

課程大綱:

本課程旨在介紹消費者心理學的基本概念，包含消費者知覺、消費者動機、消費者決策、自我概念與消費行為、群體影響及意見領袖...等，並探討其如何應用於區隔市場、產品定位、推廣、訂價...等行銷活動，協助企業制定更符合市場需求的行銷策略。

outline:

1. Consumer Psychology and Marketing 2. Consumer Perception 3. Consumer Motivation 4. Consumer Decision Making 5. Self-Concept and Consumer Behavior 6. Group Influence and Opinion Leader

教學型態:

課堂教學

成績考核方式:

平時成績:%

期中考:%

期末考:%

其它:%

本科目教學目標:

參考書目:



課程進度表：

| 週次 | 起訖月日 | 授課單元(內容) | 備註 |
|------|-----------|-----------|---|
| 第1週 | 2.21~2.28 | 課程簡介 | 19日正式上課。19~23日加退選，復(轉)學生及延修生選課，雙主修、輔系申請，23日申辦抵免學分截止日 |
| 第2週 | 2.28~3.07 | 市場中的消費者 | 28日和平紀念日(放假) |
| 第3週 | 3.07~3.14 | 知覺 | |
| 第4週 | 3.14~3.21 | 學習與記憶 | 11日成績優異提前畢業者提出申請截止日,14日第1次校教評會 |
| 第5週 | 3.21~3.28 | 動機與價值 | |
| 第6週 | 3.28~4.04 | 自我 | |
| 第7週 | 4.04~4.11 | 性格與生活型態 | 3日(三)校慶補假(112年11月25(六)日校慶活動日)。4日(四)兒童節、民族掃墓節(放假)，5日(五)民族掃墓節補假 |
| 第8週 | 4.11~4.18 | 態度 | 10日校課程委員會。11日第2次校教評會 |
| 第9週 | 4.18~4.25 | 期中考 | 15~21日期中考試 |
| 第10週 | 4.25~5.02 | 個人購買決策 | 22~26日學士班申請轉系,27~28日四技二專統一入學測驗,28日教師期中成績上網登錄截止日 |
| 第11週 | 5.02~5.09 | 購買與處置 | |
| 第12週 | 5.09~5.16 | 團體影響與意見領袖 | 11日多益測驗(暫定) |
| 第13週 | 5.16~5.23 | 家戶決策 | 16日第3次校教評會。19日博士班招生(暫定) |
| 第14週 | 5.23~5.30 | 收入與社會階層 | 20~24日體育運動週，22日水上運動會(暫定),24日申請停修課程截止 |
| 第15週 | 5.30~6.06 | 文化與消費行為 | 27~31日藥物濫用防制宣導週 |
| 第16週 | 6.06~6.13 | 全球消費文化 | 3日校務會議。3~9日畢業班(學士)期末考試。 |
| 第17週 | 6.13~6.20 | 晚近消費者行為理論 | 10日端午節(放假)，12日畢業班授課教師送交學期成績截止 |
| 第18週 | 6.20~6.27 | 期末考 | 17~23日期末考試 |