



《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：四農企管二A

授課老師：黃朝欽

學分數：3

課程大綱：

本課程分為四部分：1.消費者行為基礎；2.消費者的資訊處理與決策；3.消費者行為的微觀面；4.消費者行為的宏觀面

outline:

This course has four parts: 1.foundation of consumer behavior; 2.consumers' information processing and decision making; 3.consumer behavior's micro perspective; 4.consumer behavior's macro perspective

教學型態：

課堂教學+小組討論

成績考核方式：

平時成績:35%

期中考:30%

期末考:35%

其它:平時成績(35%)(出席20%+口頭報告10%+業師演講心得5%)、期中考(30%)、期末報告(35%)

註：課程會因課程需要做適度調整 %

本科目教學目標：

本課程是行銷的核心課程之一，希望能針對消費者的行為之於行銷的應用作完整的介紹與討論，使同學面對未來進階的行銷課程能有更深入的了解與討論。

參考書目：

- 1.消費者行為(第13版)，Michael R. Solomon原著(陳尚永編譯)，2022年，ISBN：978-986-378-295-7
- 2.課程會因課程需要做適度調整



課程進度表：

週次	起訖月日	授課單元(內容)	備註
第1週	9.08~9.15	Week 1: 課程介紹	8日正式上課。8~12日課程加退選，轉學(系)生、復學生及延修生選課，雙主修、輔系申請，12日申辦抵免學分截止日
第2週	9.15~9.22	Week 2: 導論 (ch1)	
第3週	9.22~9.29	Week 3: 消費者福祉 (ch2)	28日(日)孔子誕辰紀念日/教師節(放假),29日(一)補假
第4週	9.29~10.06	Week 4: 知覺 (ch3)	29日成績優異提前畢業者提出申請截止日
第5週	10.06~10.13	Week 5: 學習與記憶 (ch4)	6日(一)中秋節(放假)，10日(五)國慶日(放假)
第6週	10.13~10.20	Week 6: 動機、情感與涉入 (ch5)	14日學生宿舍安全輔導暨複合式防災疏散演練。18日多益測驗
第7週	10.20~10.27	Week 7: 人格、生活型態與價值觀 (ch7)	24日(五)補假，25日(六)光復暨古寧頭大捷日(放假)。
第8週	10.27~11.03	Week 8: 複習週	30日校課程委員會
第9週	11.03~11.10	Week 9: 期中考	3~9日期中考試
第10週	11.10~11.17	Week 10: 購買決策 (ch9)	13日教務會議,16日教師期中成績上網登錄截止日
第11週	11.17~11.24	Week 11: 業師演講	
第12週	11.24~12.01	Week 12: 產品購買、使用與棄置 (ch10)	24~28體育運動週。24日校園路跑。27日運動大會夜間開幕，28日運動大會活動，29日101週年校慶活動日，照常上班
第13週	12.01~12.08	Week 13: 團體、意見領袖與社群媒體 (ch11)	
第14週	12.08~12.15	Week 14: 文化 (ch14)	12日申請停修課程截止日
第15週	12.15~12.22	Week 15: 期末報告	
第16週	12.22~12.29	Week 16: 放假 (行憲紀念日)	22日校務會議。25日行憲紀念日(放假)
第17週	12.29~1.05	Week 17: 放假(開國紀念日)	1日(四)開國紀念日(放假)
第18週	1.05~1.12	Week 18: 期末報告	5~11日期末考試，10~11日學生退宿