

106 學年度碩士班課程綱要

課程名稱：(中文) 消費者行為專題		開課單位	經營管理系
(英文) Topics on Consumer Behavior		課程代碼	228045
可授課教師：李文玄			
學分數/時數	3/3	<input type="checkbox"/> 必修 <input checked="" type="checkbox"/> 選修	年級/學期
1/2			
先修科目或先備能力：無			
課程目標：本課程之目的在於讓學生學習從心理學角度，了解消費者從接收消費訊息、認知理解訊息內容、形成態度至做出消費決策之整體過程，並能夠透過所學到之消費心理相關理論，運用於行銷實務操作之中。此外，學生須運用所習得之理論，執行消費者行為相關之質、量化研究，並得出具管理意涵之成果			
科目性質： (可複選)	<input type="checkbox"/> 基礎科目 <input checked="" type="checkbox"/> 功能性科目 <input type="checkbox"/> 分析性科目 <input checked="" type="checkbox"/> 整合性科目 <input checked="" type="checkbox"/> 問題導向學習性科目(PBL)		
課程簡介：本課程為行銷模組選修課程之一，課程中傳授消費心理基本理論概念，並使學生學習到消費者行為之實務運用及相關研究方法			
教科書	消費者行為三版(葉凱莉編譯，2016，高立圖書) 自製講義		
參考書	誰說人是理性的(丹艾瑞利，2012，天下文化) 買我 Buyology(馬丁 林斯壯，2009，遠流出版社) Journal of consumer research 質化研究方法(自製講義) 問卷設計與分析(自製講義)		
E化教學平台	http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php (E-learning)		
教學方法 (可複選)	<input checked="" type="checkbox"/> 理論講授、 <input checked="" type="checkbox"/> 實務講授、 <input checked="" type="checkbox"/> 個案分析、 <input type="checkbox"/> 企業參訪、 <input type="checkbox"/> 業師協同、 <input type="checkbox"/> 遠距教學、 <input checked="" type="checkbox"/> 分組實作、 <input type="checkbox"/> 課堂練習、 <input type="checkbox"/> 演講、 <input type="checkbox"/> 其它_____		
評量方法 (可複選)	<input checked="" type="checkbox"/> 筆試、 <input checked="" type="checkbox"/> 實作(作業)、 <input checked="" type="checkbox"/> 書面報告、 <input checked="" type="checkbox"/> 口頭簡報、 <input type="checkbox"/> 競賽、 <input type="checkbox"/> 其它_____		
課程綱要		培育之核心能力	
單元主題	內容		
消費者行為理論	感覺與知覺、消費者學習與記憶、動機與價值觀、自我、人格特質與生活型態、態度、消費者選擇與決策	<input checked="" type="checkbox"/> 進階專業知識 <input type="checkbox"/> 問題解決 <input type="checkbox"/> 溝通整合	<input type="checkbox"/> 團隊合作 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 倫理態度
消費者心理相關實務運用與操作手法	心理學定價法、廠商的廣告與說服操作技巧、環境心理學、選擇的吊詭	<input checked="" type="checkbox"/> 進階專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 問題解決 <input type="checkbox"/> 溝通整合	<input type="checkbox"/> 團隊合作 <input type="checkbox"/> 自主學習 <input type="checkbox"/> 倫理態度
消費者行為觀察實作	學生分組設定消費行為觀察議題，並進行觀察紀錄、歸納發現並提出管理策略	<input checked="" type="checkbox"/> 進階專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 問題解決 <input checked="" type="checkbox"/> 溝通整合	<input checked="" type="checkbox"/> 團隊合作 <input checked="" type="checkbox"/> 自主學習 <input checked="" type="checkbox"/> 倫理態度
消費者意向調查	學生分組設定消費者態度與消費議題，並進行問卷設計、施測與量化分析	<input checked="" type="checkbox"/> 進階專業知識 <input checked="" type="checkbox"/> 問題解決 <input checked="" type="checkbox"/> 溝通整合	<input checked="" type="checkbox"/> 團隊合作 <input checked="" type="checkbox"/> 自主學習 <input checked="" type="checkbox"/> 倫理態度

檢核具備核心能力方式：					
方式	內容	配分(%)			
期末考試 30%	學生依據自己所學習到的心理學理論，發想自己創意以應用到行銷推廣策略	進階專業知識	60	團隊合作	
		問題解決	40	自主學習	
		溝通整合		倫理態度	
期末報告執行 30%	1. 授課老師於課程進行 1/3 時，與各組學生討論欲進行消費觀察之議題，掌握學生對於市場現況的問題是否具一定了解程度 2. 各組學生須擬定消費市場觀察議題，並依據完整之觀察研究法正確步驟施行觀察法，並進行觀察發現之歸納	進階專業知識	20	團隊合作	20
		問題解決	20	自主學習	20
		溝通整合	20	倫理態度	
期末報告發表 40%	1. 各組學生期末報告時，須清楚交代觀察問題點、觀察規劃、步驟與結果，並能具體擬定出結論與管理建言。授課老師並依前述各點評量學生之學習成效 2. 授課老師檢核各組學生團隊合作表現 3. 授課老師檢核各組學生於執行研究過程展現之研究該有的倫理與道德態度	進階專業知識		團隊合作	30
		問題解決	30	自主學習	20
		溝通整合		倫理態度	20
檢核標準：					
幾乎能展現：A~A+、能展現 75% 水準：B~B+、能展現 60% 水準：C~C+、僅能展現 60% 以下水準：F~D					

【請尊重智慧財產權，未經許可不得複製本課程內容】

填表教師_____

審查教師_____

模組召集人_____

系主任_____