

美和科技大學



運動與休閒管理系

課程規範

課程名稱：

消費者行為

中華民國 114 年 9 月制定

1. 課程基本資料：

科目名稱	中文	消費者行為	
	英文	Consumer Behavior	
適用學制	二年制專科	必選修	必修
適用部別	進修部	學分數	2
適用系科別	運動與休閒管理科	學期/學年	一學期
適用年級/班級	二年級	先修科目或先備能力	無

2. 運動與休閒管理系目標培育人才

依據 UCAN 系統，本系以培育「專業職能」為目標。

專業職能	就業途徑	職能
	消費者行為	分析消費者行為，決定行銷策略方式、產品需求與潛在客層。(1)
	消費者行為	分析消費者行為特點與需求，執行行銷企劃方案。(2)
	消費者行為	執行行銷方案與通路規劃，提供消費者購得產品與體驗。(3)
	消費者行為	檢視及執行與確認市場反映及消費者反饋程度。(4)
	消費者行為	發覺市場及消費者反饋問題並制定執行方案，以執行適當的行銷策略滿足通路及消費者需求。(5)

3. 課程對應之 UCAN 職能

課程 \ 職能	專業職能 M	專業職能 A
消費者行為	分析消費者行為制定行銷策略，決定管理方式、產品需求與潛在客層。	分析各層級消費者行為之特點與消費者需求，執行行銷策略企劃。

註：M 表示課程內容須教授之「主要」相關職能 A 表示課程內容須教授之「次要」相關職能

4. 教學目標

本課程可以達到以下目標：

(1) 消費者行為的了解與行銷策略之制定。

(2) 消費者行為理論。

(3) 消費者購買決策與價值觀。

(4) 市場管理。

(5) 行銷方案企劃。

(6) 策略規劃。

(7) 決策。

(8) 社會文化與次文化的認知與應用

5. 課程描述

5.1 課程說明

(1) 有效了解消費者行為對於行銷管理的重要性

(2) 熟悉各區隔市場消費者行為,有效地加以運用

(3) 提供未來行銷管理者各種必要的管理觀念與知識

(4) 任何有效管理者都必須發揮規劃,組織,領導與控制功能

5.2 課程綱要

本課程規劃內容綱要及課程設計養成之職能：(請說明 18 週課程)

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	課程介紹及消費者行為導論	M(1)A(2)	2
2	消費者行為與行銷策略	M(1)A(1)	2
3	消費者購買決策	M(1)A(1)	2
4	消費者動機。涉入與價值觀	M(1)A(3)	2

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
5	消費者知覺	M(1)A(3)	2
6	消費與消費後評估	M(1)A(3)	2
7	消費者學習與記憶	M(1)A(4)	2
8	消費者態度	M(1)A(4)	2
9	消費者情緒	M(1)A(5)	2
10	消費者人格自我概念與生活型態 1	M(1)A(2)	2
11	策消費者人格自我概念與生活型態 2	M(1)A(2)	2
12	組織文化, 結構與設計 1	M(1)A(4)	2
13	組織文化, 結構與設計 2	M(1)A(4)	2
14	消費者購買情境	M(1)A(3)	2
15	文化與次文化	M(1)A(2)	2
16	參考團體與意見領袖	M(1)A(2)	2
17	社會階層	M(1)A(1)	2
18	家庭	M(1)A(1)	2

5.3 教學活動

5.3.1 課堂講授:概念講解分析

5.3.2 課堂討論:小組心得分享與延伸學習

5.3.3 期末評量

6. 成績評量方式

6.1 期末評量 40%

6.2 課程出席率&討論參與度 60%

7. 教學輔導

7.1課業輔導/補救教學對象：

(1)成績欠佳之學生：第九週後出席率不佳的學生，進行課後輔導。

- (2)有特別學習需求學生：因其他特殊學習需求，有個別需要深入
了解本科目更深入的學習內容、特殊主題或進階應用有興趣者。

7.2 課業輔導/補救教學之實施

課業輔導與補救教學的實施方式：

- (1)課後輔導:由授課老師於課輔時間，額外上課。
- (2)補救教學:學生進行課後作業練習，使其能在練習中獲得進步。

7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- ◆ 輔導時間：授課老師的課輔時間。
- ◆ 輔導老師聯繫方式：

(1). 授課教師手機：0935802976

(2). 授課教師：鄭明政

(3). 教師 email：

a0935802976@gmail.com