美和科技大學

民生學院

院核心課程規範

課程名稱：

消費者行為

中華民國 115 年 09 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	115/1
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，本中心以培育「專業**職能**」為目標。

	就業途徑	溝通表達
專業職能	休閒遊憩管理	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)
	休閒遊憩管理	分析消費者行為特點與需求，執行行銷企劃方案。(2)
	休閒遊憩管理	執行行銷方案與通路規劃，提供消費者購得產品與體驗。(3)
	休閒遊憩管理	檢視及執行與確認市場反映及消費者反饋程度 。(4)
	休閒遊憩管理	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

職能 / 課程	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**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 週課程內容綱要)

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(2)	2
3	消費者購買決策	M(1)A(2)	2
4	消費者動機。涉入與價值觀	M(1)A(2)	2
5	消費者知覺	M(1)A(2)	2
6	消費與消費後評估	M(1)A(2)	2
7	消費者學習與記憶	M(1)A(2)	2
8	消費者態度	M(1)A(2)	2
9	消費者情緒	M(1)A(2)	2
10	消費者人格自我概念與生活型態 1	M(1)A(2)	2
11	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(2)	2
13	組織文化,結構與設計 2	M(1)A(3)	2
14	消費者購買情境	M(1)A(2)	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(2)	2
18	家庭	M(1)A(2)	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：施冠瑋**

(2). **授課教師手機：0983261797**

(3). **授課教師 email：jakonson@gmail.com**