

科目名稱 Course Title	消費者行為研討 Consumer Behavior		課程 簡碼 Course No.	DBA-549-01-S1
開課系級 Dept	企管上海碩二	學分 數 Credit (s)	3	時數 Hour(s)
選別 Required or Elective	7-選修	開課 別 Duration	半年 第一學期	
授課教師 Instructor	沈宗南			
扣考規定 Attendance Policy	不執行扣考 Attendance not compulsory			
中文課程概 要 Chinese Course Description	<p>本課程旨在教導學生對消費者行為理論，其各項議題（如消費者決策、消費者行為內部影響因素、消費者行為外界影響因素）有基本的瞭解。同時希望從資訊科技角度探討資訊管理技術對消費者行為瞭解的可能協助。本課程包含下列五大要綱：第一部份：消費者行為理論的觀念與環境 第二部份：消費決策 第三部份：影響消費決策的內部因素 第四部份：影響消費決策的外界因素 第五部份：影響消費者行為</p>			
基本核心能 力 / 系核心 能力 Core Competency	<p>核心能力 核心能力說明</p> <p>人際溝通協調能力</p> <p>創意思考與問題分析能力</p> <p>管理技術應用能力</p> <p>多元文化適應能力</p>			

教學目標 Course Objectives	小組課堂導讀(口頭與書面，分為七組，至多四人一組)40% 個人期末報告(書面與口頭)40% 上課參與及討論20%
授課方式 Approach to Instruction	教師授課以及學生報告與討論
成績評定 Grading	小組課堂導讀(口頭與書面，分為七組，至多四人一組)40% 個人期末報告(書面與口頭)40% 上課參與及討論20%
參考書目 Textbooks and References	(1) 黃明蕙譯 (2006) ，消費者行為：策略性觀點，台北：雙葉。(Assael, H. 原著：Consumer Behavior: a strategic approach) (2) 許安琪 (2001) ，整合行銷傳播引論，台北：學富。 (3) 自製講義
週次Week	進度內容
第1週	課程介紹
第2週	Consumer Behavior; Consumer Rights and Social responsibility
第3週	Consumer Behavior; Consumer Rights and Social responsibility
第4週	Consumer Behavior; Consumer Rights and Social responsibility
第5週	Consumer Decision Making
第6週	Consumer Decision Making
第7週	The Individual Consumer: Cognitive and Experiential Process

第8週	The Individual Consumer: Cognitive and Experiential Process
第9週	Consumer insight
第10週	Consumers and Cultural Influences
第11週	符號、消費文化與後現代的消費者
第12週	Group Influences
第13週	公共關係的公眾概念及研究
第14週	議題公眾、公眾情境理論/區隔理論
第15週	議題公眾、公眾情境理論/區隔理論
第16週	博弈理論與衝途解決
第17週	期末口頭報告與討論
第18週	期末口頭報告與討論