



課 綱 Course Outline  
企業管理學系國際組

|  |   |                  |                 |   |     |
|--|---|------------------|-----------------|---|-----|
| 中文課程名稱<br>Course Name in Chinese   | 消費者行為   |                  |                 |   |     |
| 英文課程名稱<br>Course Name in English   | Consumer Behavior   |                  |                 |   |     |
| 科目代碼<br>Course Code  | BM_M0460  | 班 別<br>Degree    | 碩士班<br>Master's |   |     |
| 修別<br>Type   | 選修<br>Elective  | 學分數<br>Credit(s) | 3.0             | 時 數<br>Hour(s)  | 3.0 |
| 先修課程<br>Prerequisite   |   |                  |                 |   |     |
| 課程目標<br>Course Objectives  |   |                  |                 |   |     |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 認識消費者所處之外在環境</li> <li>2. 消費者之內在歷程</li> <li>3. 社會、文化、經濟背景</li> <li>4. 對消費者之影響</li> <li>5. 產品生命週期</li> <li>6. 企業之行銷管理與消費者關係</li> </ol> |   |                  |                 |   |     |
| 系教育目標<br>Dept.'s Education Objectives  |   |                  |                 |   |     |
| 1  | 培養具國際觀之企業經理人。<br>Cultivating professional managers equipped with international perspective                    |                  |                 |   |     |
| 2  | 培養具資訊科技能力之專業經理人。<br>Cultivating professional managers equipped with IT management proficiency                 |                  |                 |   |     |
| 3  | 培養具人文素養之專業經理人。<br>Cultivating equipped with human culture professional managers                               |                  |                 |   |     |
| 4  | 培養理論與實務並重之專業經理人。<br>Cultivating business professionals with both theoretic expertise and practical experience |                  |                 |   |     |
| 系專業能力<br>Basic Learning Outcomes   |   |                  |                 | 課程目標與系專業能力相關性<br>Correlation between Course Objectives and Dept.'s Education Objectives |     |
| A  | 具備企業管理理論的核心專業知識。<br>Core knowledge of theories related to business management                                 |                  |                 |   |     |

|   |  |  |
|---|--|--|
| B | 具備邏輯思考與企業經營管理問題解決的能力。<br>Capability of logical thinking and problem solving to business management |  |
| C | 具備領導、溝通協調與團隊運作的能力。<br>Capability of leadership, communication, and collaboration                   |  |
| D | 具備國際觀以及外語溝通的能力。<br>Global perspective and capability of communication in foreign languages         |  |
| E | 具備資訊科技之妥善運用能力，以培育企業經營之運籌帷幄。<br>Capability of IT applications for business operations               |  |
| F | 具備企業倫理以奠定經營觀念之認知與堅持。<br>Having recognition and persistence of business ethics                      |  |

圖示說明Illustration：● 高度相關 Highly correlated ○ 中度相關 Moderately correlated

課程大綱  
Course Outline

消費即為使用某組織所提供之產品、貨物、或服務，而「消費」此一行為看似僅為「使用」，然實際上卻屬一極複雜之過程，其中包含社會面、心理面、及經濟面等；有關消費者之研究可大致分為幾方面：一為消費者使用產品、設施及服務受何種因素之操縱與影響，二為消費者應有之權利，三為瞭解消費者之對應行為；本課程重點即在於瞭解消費者之行為，先廣泛瞭解消費者所處外在環境之特性及影響，再藉由現代心理學說佐以社會學理論探討消費者行為之基本議題。本課程係以消費者行為模式為架構，討論消費者所在之刺激情境、消費者之內在歷程（包括之知覺、認知及記憶、學習、情緒、動機、及意向），進而探索此二者與其行為之關係與回饋；由對消費者行為之瞭解，有助於思考如何有效影響消費者對產品、設施及服務之使用，亦可深入認識消費者在市場互動中應有之權利。

資源需求評估（師資專長之聘任、儀器設備的配合．．．等）

Resources Required (e.g. qualifications and expertise, instrument and equipment, etc.)

單槍投影機筆記型電腦

課程要求和教學方式之建議  
Course Requirements and Suggested Teaching Methods

課室講授  
小組討論/報告  
實務講座  
邀請演講

其他  
Miscellaneous