

## 1002學期 課程基本資料/Course Information

系所 / 年級	心理系 3年級	課號 / 班別	44U00122 / A
學分數	3學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	消費者心理學	科目英文名稱	Consumer Psychology
主要授課老師	呂欣蔓	開課期間	一學年之下學期
人數上限	80 人	已選人數	78人

## 起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / M315 / 星期1第01節  
 第1週 / 第18週 / M315 / 星期1第02節  
 第1週 / 第18週 / M315 / 星期1第03節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。  
 Please observe Intellectual Property Rights (IPR), not to make illegal copies.

## 教學綱要/syllabus

## 第一部分/Part I(※依課程委員會審議之內容決議填入)

	基本素養/核心能力 Core Literacy/Core Competencies	相關性 Relevance	
		高度相關	中度相關
一、教學目標所要達成之能力培養項目： 【依據課程委員會審議通過之課程與基本素養/核心能力關聯表填寫】	心理學基礎知識	<input type="checkbox"/>	.
	心理學研究方法與批判性思考	.	<input type="checkbox"/>
	心理學倫理與價值觀	<input type="checkbox"/>	.
	心理學的應用	<input type="checkbox"/>	.
	資訊與科技素養	.	<input type="checkbox"/>
	溝通與多元文化素養	.	.
	自我成長與生涯發展	.	.

- 1.認知面：[使學生理解、應用、分析、綜合、比較、推論、評估本課程之理論與概念]：  
 使學生對消費者心理學的主要領域之理論與研究進展有入門的了解，進而激發對消費者行為研究之興趣；並鼓勵學生從心理學的角度去進行系統性的現象觀察、與思考問題。
- 2.技能面[使學生能獲得運用與實做本課程理論與概念之技巧]：  
 使學生能將消費者心理學理論與概念運用於行銷，並能從事符合倫理之社會行為。
- 3.情意面[能引發學生對本課程之興趣，激發學生學習動機，增加觸類旁通與自主學習]：  
 能引發學生對消費者心理學之興趣，激發學生學習動機，增加觸類旁通與自主學習。

三、符合教學目標 本課程將介紹包含consumer perception, motivation, decision making, attitude formation; marketing

二、教學目標  
(Objective)

四、先修科目  
(Pre Course) 無

第二部分/Part II

- 一、多元教學方法  
(Teaching Method)
- |   |                                   |                                |
|---|-----------------------------------|--------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 由學生自訂學習目標與抱負水準 | <input type="checkbox"/> 案例或故事討論  | <input type="checkbox"/> 講述    |
| <input type="checkbox"/> 服務學習           | <input type="checkbox"/> 學生課後書面報告 | <input type="checkbox"/> 小組討論  |
| <input type="checkbox"/> 學生上台報告         | <input type="checkbox"/> 腦力激盪     | <input type="checkbox"/> 學生實作  |
| <input type="checkbox"/> 習題練習           | <input type="checkbox"/> 影片欣賞與討論  | <input type="checkbox"/> 採訪    |
| <input type="checkbox"/> 審議式民主          | <input type="checkbox"/> 觀察與資料收集  | <input type="checkbox"/> 一分鐘回饋 |
|   |                                   | <input type="checkbox"/> 參訪    |
|   |                                   | <input type="checkbox"/> 角色演練  |
|   |                                   | <input type="checkbox"/> e化教學  |
|   |                                   | <input type="checkbox"/> 其他    |

二、參考書目  
(Reference)  
[符合教學目標之參考書目]

指定書目：洪光宗、洪光遠、朱志忠譯（2008）。消費者行爲。台北：東華書局。  
參考書目：Schiffman, L. G., Kanuk, L. L. & Wisenblit, J. (2010). Consumer Behavior (10th ed.). NJ: Pearson Education, Inc.

三、教學進度  
(Syllabi)  
[符合教學目標之教學進度]

2012/2/20	第一章：消費者行爲與行爲策略	呂欣蔓
2012/3/3	第二章：消費者行爲的跨文化差異	呂欣蔓
2012/3/5	第三章：文化價值觀的變遷及其對消費者行爲影響	呂欣蔓
2012/3/12	第四章：人口統計變項與社會階層對消費者行爲影響	呂欣蔓
2012/3/19	第五章：次文化對消費者行爲的影響	呂欣蔓
2012/3/26	第六章：家庭與家計單位對消費者行爲的影響	呂欣蔓
2012/4/2	第七章：團體對消費者行爲的影響	呂欣蔓
2012/4/9	第八章：知覺對消費者行爲的影響	呂欣蔓
2012/4/16	期中考：考試範圍1-8章	呂欣蔓
2012/4/23	第九章：學習、記憶與產品定位；第十章：動機、性格與情緒對消費者行爲的影響	呂欣蔓
2012/4/30	第十一章：態度與影響態度；第十二章：自我概念與生活型態	呂欣蔓
2012/5/7	第十三章：影響消費者行爲的情境因素；第十四章：消費者決策過程與問題認定	呂欣蔓
2012/5/14	第十五章：資訊搜尋；第十六章：方案評估與選擇	呂欣蔓
2012/5/21	第十七章：商店選擇與購買	呂欣蔓
2012/5/28	第十八章：購後過程、顧客滿意及顧客承諾	呂欣蔓
2012/6/4	第十九章：組織消費者行爲	呂欣蔓
2012/6/11	第二十章：行銷管制與消費者行爲	呂欣蔓
2012/6/18	期末考：考試範圍9-20章	呂欣蔓

評量方式	分數	評量方式	分數
<input type="checkbox"/> 實作測驗	0	<input checked="" type="checkbox"/> 期中筆試	20
<input type="checkbox"/> 隨堂筆試測驗	0	<input checked="" type="checkbox"/> 期末筆試	20
<input type="checkbox"/> 小組作業	0	<input type="checkbox"/> 期中報告	0
<input type="checkbox"/> 服務日誌	0	<input type="checkbox"/> 期末報告	0
<input type="checkbox"/> 口試	0	<input type="checkbox"/> 專題報告	0
<input type="checkbox"/> 個人上台報告	0	<input type="checkbox"/> 實作作品與反思	0
<input type="checkbox"/> 小組上台報告	0	<input type="checkbox"/> 前後測比較進步與成長	0
<input type="checkbox"/> 出席狀況	0	<input checked="" type="checkbox"/> 課堂參與與表現	50
<input checked="" type="checkbox"/> 心得與反思報告	10	<input type="checkbox"/> 其他	0

五、講義位址(<http://>)

[回上頁](#) [重新查詢](#)