

[重新查詢](#)[友善列印](#)**0981學期 課程基本資料**

系所 / 年級	國企系 3年級	課號 / 班別	89U00077 / A
學分數	3學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	國際消費者行爲	科目英文名稱	International Consumer Behavior
主要授課老師	鄭正豐	開課期間	一學年之上學期
人數上限	90 人	已選人數	88 人

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / I108 / 星期2第01節
第1週 / 第18週 / I108 / 星期2第02節
第1週 / 第18週 / I108 / 星期2第03節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。

教學綱要**一、教學目標(Objective)**

本課程主要對消費者行爲做一入門之介紹。將針對消費者情感、認知、行爲與環境等理論要義及管理意涵提供詳細解說與評析，並利用有關案例的說明與討論以充分建立理論與實務的關聯。本課程之目標在幫助修習者瞭解消費者行爲之範疇，提供其必要的知識與技能以執行有效的消費者分析來發展有效的行銷策略。

二、先修科目(Pre Course)**三、教材內容(Outline)**

李瑾玲 (2005)，消費者行爲7版。台中：滄海書局。

四、教學方式(Teaching Method)

講述法

五、參考書目(Reference)

Cullen, J.B. & Parboteeah, K.P. (2008). *Multinational Management*, 4th ed. South Western.

Hawkins, D.I., Mothersbaugh, D.L., & Best, R.J. (2007). *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*, 10th ed. McGraw-Hill Education.

Luthans, F. & Doh, J. (2009). *International Management: Culture, Strategy, and Behavior*, 7th ed. McGraw-Hill Education.

洪光宗、洪光遠與朱志忠謝惠娟 (2008)，消費者行爲第十版。台北：東華。

2009/9/15 消費者行爲與行銷策略－消費者行爲的意義、演進、基本原則、研究消費者的方法、消費者需求與行銷意涵。 鄭正豐

2009/9/22 消費者分析架構－消費者分析的三項要素、情感與認知、行爲和環境的關係、消費者分析層次與行銷策略。 鄭正豐

	2009/9/29	情感與認知概論－消費者之輪的構成要素、情感與認知、消費者決策的認知過程、儲存記憶裡的知識。	鄭正豐
	2009/10/6	消費者產品知識與涉入－產品知識層級、消費者的產品知識、產品知識的手段-目的鏈、挖掘較深的消費者理解、涉入。	鄭正豐
	2009/10/13	注意與理解－廣告、資訊的暴露、注意的過程、理解。	鄭正豐
	2009/10/20	態度與意圖－何謂態度、對物件的態度、對行為的態度、意圖與行為、顧客忠誠度。	鄭正豐
	2009/10/27	消費者決策－消費者決策概述、問題解決的要素、購買決策的問題解決過程、消費者問題解決活動的影響因素。	鄭正豐
	2009/11/3	行為概論－顯性消費者行為的意義、重要性、研究焦點與分析模型。	鄭正豐
	2009/11/10	期中測驗	鄭正豐
六、教學進度(Syllabi)	2009/11/17	制約與學習過程－探究古典制約 (Classical conditioning)、操作制約 (Operant conditioning)、代理學習 (Vicarious learning)的理論要義。	鄭正豐
	2009/11/24	影響消費者行為－消費者行為的影響策略、銷售促銷、社會行銷、影響消費者行為的策略模型。	鄭正豐
	2009/12/1	環境與行銷策略－環境、環境構面、情境與行銷策略的關聯性。	鄭正豐
	2009/12/8	文化與跨文化影響－何謂文化、文化的內容、文化是一種過程、跨文化的影響。	鄭正豐
	2009/12/15	市場區隔與產品定位－市場區隔之定義、市場區隔化的層次、消費者市場區隔之基礎、有效市場區隔必備之條件、市場區隔的程序、目標市場的選擇、市場定位、行銷組合。	鄭正豐
	2009/12/22	消費者行為與產品策略－產品情感與認知、產品行為、產品環境、產品策略。	鄭正豐
	2009/12/29	消費者行為與定價策略－定價的觀念、價格情感與認知、價格行為與定價策略。	鄭正豐
	2010/1/5	消費者行為、電子商務，以及通路策略－電子商務意義、類型、趨勢及相關通路策略。	鄭正豐
	2010/1/12	期末測驗	鄭正豐

七、評量方式(Evaluation) 平時成績 30% 期中測驗 30% 期末測驗 40%

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢