

重新查詢

友善列印

0982學期 課程基本資料

系所 / 年級	資工系碩專班 1年級	課號 / 班別	66E00100 / A
學分數	3學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	消費者行為研究	科目英文名稱	Customer Behavior Research
主要授課老師	張少樑	開課期間	一學年之下學期
人數上限	12 人	已選人數	11人

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

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) 本課程旨在探討消費者行為中的各重要課題，包括下列各項: 1.消費趨勢分析 2.理性vs.非理性-行為經濟學 3.消費者行為分析 4.消費者行為分析方法 5.訂價心理學 6.e世代消費行為分析

二、先修科目(Pre Course) 行銷管理

三、教材內容(Outline)

1.Understanding the Postrecession Consumer (HBR July-August 2009) 2.The 10 Trends You Have to Watch (HBR July-August 2009, 中譯"十大必知趨勢") 3.Lean Consumption (HBR March 2005) 4.The Female Economy (HBR September 2009, 中譯"她"商機") 5.Inside the Mind of the Chinese Consumer (HBR March 2006) 6.Cashews, Coffee Mugs, and the Birth of Behavioral Economics (Harvard Business Press, 2008) 7.Note on Behavioral Pricing (HBS 9-599-114) 8.Why Consumers Don't Buy: The Psychology of New Product Adoption (HBS 9-504-056) 9.Marketing for Muggles: The Harry Potter Way to Higher Profits (Harvard Business Press, January-February 2002) 10.Hedonomics in Consumer Behavior (Rotman Magazine, Spring 2008) 11.Rediscovering Market Segmentation (HBR February 2006) 12.Avatar-Based Marketing (HBR June 2006) 13.Note on Market and Consumer research (HBS 9-579-136) 14.Analyzing Consumer Perceptions (HRS 9-599-110) 15.Analyzing Consumer Preferences (HBS 9-599-112) 16.A Practical Guide to Conjoint Analysis (Darden Business Publishing UA0406) 17.Use Strategic Market Models to Predict Customer Behavior (Sloan Management Review, Volume 37, Number 3, spring 1996) 18.Store Choice and Shopping Behavior (California Management Review, Volume 43, Number 2, Winter 2001) 19.Mind Your Pricing Cues (HBR September 2003) 20.Pricing and the Psychology of Consumption (HBR OnPoint, 2002, Product Number 1814) 21.Uncovering Patterns in Cybershopping (California Management Review, Volume 43, Number 4, Summer 2001) 22.Time, Attention, authenticity and Consumer Benefits of the Web(Business Horizon, 48, 63-70, 2005) 23.Shopping Online for Freedom, Control, and Fun (California Management Review, Volume 43, Number 2, Winter 2001) 24.How to Market to Generation M(obile) (Sloan Management Review Volume 49 Number 4, Summer 2008)

四、教學方式(Teaching Method)

課程進行方式以講授與個案討論為主。請依進度預先詳讀教科書及指定教材內容,以建立討論之基礎。

六、教學進 度(Syllabi)	2010/3/2	課程概說	張少樑
	2010/3/9	消費趨勢分析	張少樑
	2010/3/16	理性vs.非理性-行爲經濟學	張少樑
	2010/3/23	消費者行爲分析(一)	張少樑
	2010/3/30	消費者行爲分析(二)	張少樑
	2010/4/6	消費者行爲分析方法(一)	張少樑
	2010/4/13	消費者行爲分析方法(二)	張少樑
	2010/4/20	訂價心理學	張少樑
	2010/4/27	e世代消費行爲分析(一)	張少樑
	2010/5/4	e世代消費行爲分析(二)	張少樑
	2010/5/11	消費者行爲分析實作(一)	張少樑
	2010/5/18	消費者行爲分析實作(二)	
	2010/5/25	消費者行爲分析實作(三)	張少樑
	2010/6/1	個案分析(一)	張少樑
	2010/6/8	個案分析(二)	張少樑
	2010/6/15	個案分析(三)	張少樑
	2010/6/22	個案分析(四)	張少樑

七、評量方
式(Evaluation) 課程參與 (40%) 個案分析 (30%) 期末報告 (30%)

八、講義位
址(http://)

九、教育目標

重新查詢