



「消費者行為」學習指引

／江啟先

「消費者行為」為商學系行銷與流通學類的主要課程之一，也是商學系行銷企劃學程的選修課程。本課程的教育目標在於

1. 培養同學對於消費者行為理論與應用的專業知能。
2. 提升同學對消費者行為議題的興趣，進一步培養行銷企劃的能力。

本課程主要包括三個部分：第一部分是消費者行為基礎，包括消費者行為導論、消費者行為與行銷策略的關係。第二部分是消費者決策與個體影響的因素，其中包括消費者購買決策、消費者動機、涉入與價值觀、消費者知覺、消費者的學習與記憶、消費者的情緒、人格、自我概念與生活型態。第三部分則是總體影響的因素，包括購買情境、文化與次文化、參考團體與意見領袖、社會階層和家庭。

其實「消費者行為」的課程內容並不難，因為我們每一位同學也都是消費者，因此同學們可以從消費者的角度瞭解本課程，也就是從自己的消費經驗出發，即可輕易一窺本課程的堂奧，本課程也可以幫助同學成為一個更為聰明的消費者。消費者的角色可以是使用者、購買者、提議者、影響者與決策者等五個角色。

消費者可以扮演不同的角色，舉例來說：一家三口的家庭規劃每年的出國旅遊時，身為家庭主婦的母親想要到日本過年假，兒子想要去日本迪士尼樂園，父親也覺得忙了一整年一家人應該好好放鬆一下，便規劃了預定行程並查詢各大旅行社網站，上網訂購「日本東京迪士尼之行四天三夜」的行程，接著一家三口就在新年期間歡歡喜喜的出國度假去玩。在這裡，提議者是母親，影響者是兒子，決策者與購買者是父親，而一家三口都是使用者。

同學還可以從企業的角度來看待「消費者行為」課程。企業若要提供好的服務給顧客，就必須要瞭解顧客的喜好、動機與行為模式。例如：門市的服務人員若能觀察並從瞭解顧客的同理心出發，就更可以滿足顧客的需求，且可以進一步的與顧客建立良好的關係，有利於顧客日後再次消費，為企業創造更多的價值。

因為消費者其實也是活生生的人，要瞭解消費者的行為，便需要瞭解消費心理，因此「消費者行為」這門課介紹了許多有趣的心理學概念，例如：消費者涉入、消費價值觀、消費者態度與情緒。本教科書應用了許多生動有趣的小個案說明「消費者行為」的概念，例如：第 92 頁的「日本消費者的挑剔聞名天下」、第 205 頁「百分百男人如何瞭解女人」，以及第 313 頁「賭場的玄機」等，同學可藉由這些小個案更容易理解課本的內容。

在第 3 章消費者購買決策的內容中，特別闡釋消費者購買決策過程，一般可分為五個步驟：1. 問題察覺，2. 資訊蒐集，3. 方案評估，4. 購買，以及 5. 購後行為。同學可分別以消費者的觀點和行銷人員的觀點加以分析。做為消費者而言，同學可分析一下自己在進行消費的過程中，是否有忽略哪個步驟，藉此使消費過



程中考慮得更為周全，因而成為更聰明的消費者。另外從行銷人員的角度，同學可以思考在此個別的五個步驟中，應針對消費者的需求推出哪些適當的廣告或推廣活動。

本課程的教學網站裡都有自我評量題目，幫助同學複習教材的內容。此外「學習如何學習」平台上，駐板老師也會在期中與期末考前上傳「題目練習」，即於每一章中整理出幾題問答題，做為每一章的重點，同學可以在課本的相關章節找出答案，藉此幫助同學快速而且有效的複習本課程之教學內容。同學特別要注意的是，期中考和期末考的題目都是從每一章的自我評量題目與題庫練習之中出題，因此同學可藉此掌握課程的重點，並且有信心可以獲得好成績。祝福同學在「消費者行為」這門課程中都能夠收穫滿滿。

最後要提醒同學，如果打算在國立空中大學畢業之前，就先獲得一張商學系「行銷企劃」學分學程的證書，除本學期修讀「消費者行為」之外，建議同學在 104 暑修讀：「綠色行銷」（2 學分）、「文創行銷」（2 學分）；104 上修讀：「行銷企劃」（行銷企劃學分學程必修 3 學分）、「國際行銷學」（3 學分）、「廣告學原理」（3 學分）、「流通管理學」（3 學分）；104 下選修以下行銷課程（三選一）：「策略行銷分析」（3 學分）、「品牌經營管理」（3 學分）、「行銷學原理」（3 學分），若成績及格，就具備「行銷企劃學分學程」必修 3 學分，選修 18 學分之資格，同學可上「學生資訊服務系統」（<https://noustud.nou.edu.tw/>）或向各學習指導中心申請「行銷企劃學分學程」（如下表）的證書。

「行銷企劃學分學程」課程表

課程類別	總學分	課程名稱	開設學系	學分數	必選修	備註
核心課程	3	行銷企劃	商學系	3	必修	
選修課程	36	服務業行銷與管理	管資系	3	選修	至少修讀 18 學分
		行動商務與娛樂	管資系	2	選修	
		消費者保護法	社科系	2	選修	
		消費者行為	商學系	3	選修	
		中國大陸行銷通路管理與實務	商學系	3	選修	
		連鎖管理學	商學系	3	選修	
		策略行銷分析	商學系	3	選修	
		品牌經營管理	商學系	3	選修	
		流通管理學	商學系	3	選修	
		行銷學原理	商學系	3	選修	
		廣告學原理	商學系	3	選修	
		廣告管理	商學系	3	選修	
		文化行銷	商學系	2	選修	
		綠色行銷	商學系	2	選修	
文創行銷	商學系	2	選修			
國際行銷學	商學系	3	選修			
總學分數		46 學分				

（作者為本科目學科委員兼召集人）