

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	金融行銷	授課 教師	陳福隆 Chen Fu-lung
	FINANCIAL SERVICES MARKETING		
開課系級	財金三 P	開課 資料	選修 單學期 2 學分
	TBBXB3P		
系所教育目標			
配合本校、院教育目標，因應國內外金融情勢的演變，培養財務金融理論與實務兼具的財務金融人才。			
系所核心能力			
<p>A. 具備財務金融理論與實務的基本知識。</p> <p>B. 加強相關金融法規的學習。</p> <p>C. 培養財務金融職場的基本倫理與道德。</p> <p>D. 提升學生的國際觀與外語能力。</p> <p>E. 提升學生專業證照之能力。</p> <p>F. 具備分析國內外金融發展情勢之基本能力。</p>			
課程簡介	<p>金融行銷係對銀行、保險、證券、投信投顧等金融業對金融商品、定價、通路、促銷之研究，強調金融相關法規對金融行銷之影響，重視金融業顧客之核心需求：「理財規劃」與「風險管理」。</p>		
	<p>financial service marketing is financial institutions for products, pricing, place, promotion research. it is emphasis financial rule impacts on financial service marketing. focus on customer core demand: financial planning and risk management.</p>		

本課程教學目標與目標層級、系所核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系所核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「系所核心能力」。單項教學目標若對應「系所核心能力」有多項時，則可填列多項「系所核心能力」(例如：「系所核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系所核心能力
1	對銀行、保險、證券、投信投顧等金融業之行銷理論與實務學習。考取國內、外金融証照。	learning about financial service marketing theory and practice, to get financial licenses for future job needs.	A6	ABCDEF

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	對銀行、保險、證券、投信投顧等金融業之行銷理論與實務學習。考取國內、外金融証照。	課堂講授、參觀實習	出席率、報告、期中考、期末考

本課程之設計與教學已融入下列本校基本素養與核心能力

淡江大學基本素養與核心能力	內涵說明
◆ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◆ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◆ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◆ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◆ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◆ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◆ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◆ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/09/05~ 100/09/11	金融行銷概念、特性、定義、環境與架構	
2	100/09/12~ 100/09/18	金融行銷道德之重要性、定義、判斷標準	
3	100/09/19~ 100/09/25	金融行銷資訊系統與行銷研究	
4	100/09/26~ 100/10/02	金融市場區隔基礎、流程、策略與選擇標準	
5	100/10/03~ 100/10/09	個別消費者之購買模式	
6	100/10/10~ 100/10/16	組織型顧客之購買模式	
7	100/10/17~ 100/10/23	金融商品內涵與分類	
8	100/10/24~ 100/10/30	金融商品組合與新金融商品之發展過程	
9	100/10/31~ 100/11/06	期中考試週	
10	100/11/07~ 100/11/13	金融商品定價	
11	100/11/14~ 100/11/20	金融業行銷溝通	
12	100/11/21~ 100/11/27	金融業行銷通路定義、目的與功能	

13	100/11/28~ 100/12/04	金融業直接與間接行銷通路	
14	100/12/05~ 100/12/11	金融服務品質與品質提升策略	
15	100/12/12~ 100/12/18	金業內部行銷	
16	100/12/19~ 100/12/25	金融業行銷策略規劃	
17	100/12/26~ 101/01/01	金融業行銷控制	
18	101/01/02~ 101/01/08	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	金融行銷-謝耀龍=雙葉書廊		
參考書籍	Marketing Financial Services -Hooman Estelami		
批改作業 篇數	1 篇 (本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫)		
學期成績 計算方式	◆平時考成績：20.0 % ◆期中考成績：25.0 % ◆期末考成績：35.0 % ◆作業成績： 20.0 % ◆其他〈 〉： %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址： http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。		