

淡江大學 103 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	保險行銷	授課 教師	趙志偉 CHAO, CHIH-WEI
	INSURANCE MARKETING		
開課系級	保險三 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLIXB3P		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、充實保險專業知識，強化學生專業技能。 二、重視產學合作互動，結合理論與實務運用。 三、鼓勵專業證照考試，提升學生就業競爭能力。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 具有一般商管專業知識能力。 B. 具有辨識保險商品能力。 C. 具有核保理賠及行銷能力。 D. 具有保險投資理財規劃能力。 E. 具有風險管理與保險經營管理能力。 F. 具有職業倫理及團隊合作精神。			
課程簡介	1 介紹行銷導向 2 介紹行銷趨勢 3介紹國內產壽險經營環境 4介紹國內產壽險行銷制度 5熟悉保險商品 6學習撰寫保險計劃案		
	1 introducing marketing orientation 2 introducing marketing tendency 3 introducing insurance operation 4 introducing insurance marketing system 5 familiar with insurance products 6 proposing insurance program		

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其「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	讓學生熟悉國內產壽險之經營環境與行銷制度，學習如何透過商品組合建立保險規劃，進而掌握保險行銷技巧與趨勢。	introducing the insurance operation and marketing system of property/non property, making the students learn the skill and tendency of insurance marketing through combing insurance products and completing insurance program.	C3	BCE

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	讓學生熟悉國內產壽險之經營環境與行銷制度，學習如何透過商品組合建立保險規劃，進而掌握保險行銷技巧與趨勢。	講述、討論、實作、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養			
淡江大學校級基本素養		內涵說明	
◆	全球視野	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。	
◆	資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。	
◆	洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。	
◆	品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。	
◆	獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。	
◆	樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。	
◆	團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。	
◆	美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。	
授 課 進 度 表			
週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備 註
1	104/02/24~ 104/03/01	行銷之基本概念	
2	104/03/02~ 104/03/08	行銷環境之分析	
3	104/03/09~ 104/03/15	消費者購買行為及心理	
4	104/03/16~ 104/03/22	行銷研究、規劃與管理	
5	104/03/23~ 104/03/29	保險市場區隔及目標市場	
6	104/03/30~ 104/04/05	行銷組合策略及產品策略	
7	104/04/06~ 104/04/12	產險行銷通路制度	
8	104/04/13~ 104/04/19	壽險行銷通路制度	
9	104/04/20~ 104/04/26	保險規劃	
10	104/04/27~ 104/05/03	期中考試週	
11	104/05/04~ 104/05/10	專題報告	
12	104/05/11~ 104/05/17	專題報告	

13	104/05/18~ 104/05/24	專題報告	
14	104/05/25~ 104/05/31	專題報告	
15	104/06/01~ 104/06/07	專題報告	
16	104/06/08~ 104/06/14	專題報告	
17	104/06/15~ 104/06/21	專題報告	
18	104/06/22~ 104/06/28	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			
參考書籍		Marketing Management, by Philip Kotler (中譯本, 行銷管理學, 方世榮譯, 東華書局) 保險行銷, 謝耀龍著, 雙葉書廊	
批改作業 篇數		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		◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：50.0 % ◆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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」進入。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。	