

淡江大學 104 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			
<p>一、充實保險專業知識，強化學生專業技能。</p> <p>二、重視產學合作互動，結合理論與實務運用。</p> <p>三、鼓勵專業證照考試，提升學生就業競爭能力。</p>			
系 (所) 核心能力			
<p>A. 具有一般商管專業知識能力。</p> <p>B. 具有辨識保險商品能力。</p> <p>C. 具有核保理賠及行銷能力。</p> <p>D. 具有保險投資理財規劃能力。</p> <p>E. 具有風險管理與保險經營管理能力。</p> <p>F. 具有職業倫理及團隊合作精神。</p>			
課程簡介	<p>1 介紹行銷導向</p> <p>2 介紹行銷趨勢</p> <p>3 介紹國內產壽險經營環境</p> <p>4 介紹國內產壽險行銷制度</p> <p>5 熟悉保險商品</p> <p>6 學習撰寫保險計劃案</p>		
	<p>1 introducing marketing orientation</p> <p>2 introducing marketing tendency</p> <p>3 introducing insurance operation</p> <p>4 introducing insurance marketing system</p> <p>5 familiar with insurance products</p> <p>6 proposing insurance program</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	C

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	105/02/15~ 105/02/21	行銷之基本概念	
2	105/02/22~ 105/02/28	行銷環境之分析	
3	105/02/29~ 105/03/06	消費者購買行為及心理	
4	105/03/07~ 105/03/13	行銷研究、規劃與管理	
5	105/03/14~ 105/03/20	保險市場區隔及目標市場	
6	105/03/21~ 105/03/27	行銷組合策略及產品策略	
7	105/03/28~ 105/04/03	產險行銷通路制度	
8	105/04/04~ 105/04/10	壽險行銷通路制度	
9	105/04/11~ 105/04/17	保險規劃	
10	105/04/18~ 105/04/24	期中考試週	
11	105/04/25~ 105/05/01	專題報告	
12	105/05/02~ 105/05/08	專題報告	

13	105/05/09~ 105/05/15	專題報告	
14	105/05/16~ 105/05/22	專題報告	
15	105/05/23~ 105/05/29	專題報告	
16	105/05/30~ 105/06/05	專題報告	
17	105/06/06~ 105/06/12	專題報告	
18	105/06/13~ 105/06/19	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。	