

淡江大學 107 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
	TLBXB3P		
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 impact 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	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 need.	C4	ACF

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	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	講述、討論、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	107/09/10~ 107/09/16	金融行銷概念、特性、定義、環境與架構	
2	107/09/17~ 107/09/23	金融行銷道德之重要性、定義、判斷標準	
3	107/09/24~ 107/09/30	金融行銷資訊系統與行銷研究	
4	107/10/01~ 107/10/07	金融市場區隔基礎、流程、策略與選擇標準	
5	107/10/08~ 107/10/14	個別消費者之購買模式	
6	107/10/15~ 107/10/21	組織型顧客之購買模式	
7	107/10/22~ 107/10/28	金融商品內涵與分類	
8	107/10/29~ 107/11/04	金融商品組合與新金融商品之發展過程	
9	107/11/05~ 107/11/11	金融商品定價	
10	107/11/12~ 107/11/18	期中考試週	
11	107/11/19~ 107/11/25	金融業行銷溝通	
12	107/11/26~ 107/12/02	金融業行銷通路定義、目的與功能	

13	107/12/03~ 107/12/09	金融業直接與間接行銷通路	
14	107/12/10~ 107/12/16	金融服務品質與品質提升策略	
15	107/12/17~ 107/12/23	金融業內部行銷	
16	107/12/24~ 107/12/30	金融業行銷策略規劃	
17	107/12/31~ 108/01/06	金融業行銷控制	
18	108/01/07~ 108/01/13	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- 二版- 謝耀龍=雙葉書局		
參考書籍			
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	◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈報告〉：20.0 %		
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。		