

淡江大學 109 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	金融實務暨行銷培訓	授課 教師	吳耀邦 WU,YAO-PANG
	FINANCIAL PRACTICE AND MARKETING TRAINING PROGRAM		
開課系級	共同科－商管 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TGLXB0A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、習得瞭解專業知識。 二、有效學習自我規劃。 三、植基理論契合實務。 四、人際溝通團隊合作。 五、分析問題提供建議。 六、道德知覺全球公民。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 熟悉商管專業的基本知識。(比重：30.00) B. 具備專業知識的表達能力。(比重：30.00) C. 具備資訊蒐集運用的能力。(比重：20.00) D. 具體審辨分析的思考能力。(比重：20.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：20.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：15.00) 4. 品德倫理。(比重：15.00) 5. 獨立思考。(比重：20.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00)			

課程簡介	1.金融環境及金融產品 2.金融產品行銷實務 3.金融商品客戶服務 4.業師講座--客服技巧 5.取得中華品質協會公司專業客服課程認證
	1. Financial environment and financial products 2. Financial product marketing practices 3. Financial products customer service 4. Professional lecture-customer service skills 5. Professional certification of customer service courses

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知(Cognitive)」、「情意(Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	1.提升對金融產品行銷概念 2.金融商品行銷實務 3.客戶服務能力訓練 4.顧客行銷及服務課程專業認證(含課程內) 5.有機會至金融業實習,促進產學合作	1. Improve the concept of financial product marketing 2. Financial commodity marketing practice 3. Customer service ability training 4. Professional certification of customer marketing and service courses (including courses) 5. With the opportunity to practice in the financial industry to promote industry-university cooperation

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所) 核心能力	校級 基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	ABCD	123457	講述、討論、發表、實作、體驗、模擬	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	110/02/22~ 110/02/28	金融行銷定義 / 金融行銷環境	
2	110/03/01~ 110/03/07	金融行銷道德之重要性 / 金融行銷道德之判斷標準	
3	110/03/08~ 110/03/14	認知人聲特質/ 個人聲音調整/ 如何透過聲音正確表達情緒與想法/ 感動人心的說話技巧	
4	110/03/15~ 110/03/21	金融行銷資訊系統/ 金融行銷資訊研究	

5	110/03/22~ 110/03/28	金融市場顧客區隔定義 / 金融市場顧客區隔策略	
6	110/03/29~ 110/04/04	了解顧客溝通的動機/ 顧客類型分析 / 基礎顧客溝通流程/ 隱藏的訊息：顧客不說出口的話	
7	110/04/05~ 110/04/11	理性與感性購買模式 / 簡化及便利購買模式	
8	110/04/12~ 110/04/18	組織型購買模式 / 購買決策變數	
9	110/04/19~ 110/04/25	客訴經驗分享 / 何謂客訴 / 如何處理客訴 / 情境演練	
10	110/04/26~ 110/05/02	期中考試週	
11	110/05/03~ 110/05/09	金融商品分類 / 金融商品組合及發展	
12	110/05/10~ 110/05/16	金融商品定價重要性 / 金融商品定價方法及挑戰	
13	110/05/17~ 110/05/23	如何與客戶建立關係 如何成為優秀的業務人員 / 業務五大傳授法 / 服務如何深入人心 / 培養忠誠客戶創造業績	
14	110/05/24~ 110/05/30	金融商品行銷溝通及目的 / 金融商品網路行銷探討	
15	110/05/31~ 110/06/06	金融商品行銷通路之定義及目的 / 金融商品行銷通路種類及功能	
16	110/06/07~ 110/06/13	金融商品服務品質提升策略 / 金融商品行銷之管理	
17	110/06/14~ 110/06/20	金融商品行銷策略規劃 / 金融商品行銷內部控制與管理	
18	110/06/21~ 110/06/27	期末考試週	
修課應 注意事項		1.學生無故缺席達6次以上,此課程學分不予核發 2.未取得本課程成績80分以上者,中華品質客服實務認證不予核發	
教學設備		電腦、投影機	
教科書與 教材		以授課老師課堂之教材準備為主	
參考文獻		主要參考書籍:雙葉書廊出版 謝耀龍著 金融行銷 / 新路書局出版 陳錦村著 金融機構與市場	
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： 30.0 % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %	

備 考	「教學計畫表管理系統」網址：https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」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。
-----	---