

淡江大學 109 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	金融行銷	授課 教師	鄒易凭 TZOU, YI-PIN
	FINANCIAL SERVICES MARKETING		
開課系級	財金進學班四 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLBXE4A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG9 產業創新與基礎設施		
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。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 具備財務金融理論與實務的基本知識。(比重：50.00) C. 培養財務金融職場的基本倫理與道德。(比重：50.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
4. 品德倫理。(比重：40.00) 5. 獨立思考。(比重：40.00) 7. 團隊合作。(比重：10.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			
課程簡介	近20年隨著通訊科技與網路發展帶動「電子金融」崛起，金融服務突破時空的限制，如何在無所不在的數位科技中提供令人滿意的服務，如何有效傳達並強化客戶對品牌的認同?如何創造獨特的客戶使用經驗及提昇操作便利度? 將以有系統地探討金融服務行銷的理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以實例與生活見聞來解釋學理的應用，藉以提升對金融服務行銷議題的興趣與分析、解決行銷問題的能力。		
	In the past 20 years, with the development of communication technology and the Internet driving the rise of "electronic finance", financial services have broken through the constraints of time and space. It will systematically explore the theory and application of financial service marketing, emphasize the analysis of financial marketing concepts, and explain the application of theories with examples and daily experience, so as to enhance the interest and analysis of financial service marketing issues and solve marketing problems and ability.		

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	以有系統地探討金融服務行銷的理論及其應用，強調重要觀念的解析，並以實例與生活見聞來解釋學習的應用，藉以提升對金融服務行銷議題的興趣與分析、解決行銷問題的能力。	This course systematically explores the theory and application of financial service marketing, emphasizes the analysis of important concepts, and explains the application of theory with examples and daily life experiences, so as to enhance the interest and analysis of financial service marketing issues, ability.

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	AC	4578	講述、討論、發表	測驗、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	課程概述、未來銀行與金融行銷的本質	
2	110/03/01~ 110/03/07	金融行銷環境與行銷道德	
3	110/03/08~ 110/03/14	客戶行為改變與價值解析	
4	110/03/15~ 110/03/21	客戶行為改變與價值解析	
5	110/03/22~ 110/03/28	金融業消費者行為與市場區隔	
6	110/03/29~ 110/04/04	教學行政觀摩	
7	110/04/05~ 110/04/11	金融業消費者行為與市場區隔	
8	110/04/12~ 110/04/18	金融業的產品定位、品牌與創新	
9	110/04/19~ 110/04/25	金融業的產品定位、品牌與創新	
10	110/04/26~ 110/05/02	期中考試週	
11	110/05/03~ 110/05/09	金融業的定價	
12	110/05/10~ 110/05/16	金融業的推廣與大眾溝通	

13	110/05/17~ 110/05/23	金融業的互動式與客製化溝通、消費者隱私權	
14	110/05/24~ 110/05/30	金融業的通路:跨越通路	
15	110/05/31~ 110/06/06	畢業考試週	
16	110/06/07~ 110/06/13	---	
17	110/06/14~ 110/06/20	---	
18	110/06/21~ 110/06/27	---	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦	
教科書與 教材		曾光華, 黃增乾, 金融服務行銷: 專業與實務, 前程文化事業有限公司, 2012 孫一仕、施祖琪、蕭俊傑, BANK 3.0 銀行轉型未來式, 智勝文化事業有限公司, 2013 任立中、陳靜怡, 大數據行銷, 前程文化事業有限公司, 2019	
參考文獻		賴正義, 金融服務行銷, 財團法人臺灣金融研訓院, 2004 謝耀龍, 金融行銷, 雙葉書廊, 2011 Farquhar, Jillian Dawes and Arthur Meidan, Marketing Financial Services , Palgrave Macmillan, 2010	
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: 20.0 % ◆平時評量: % ◆期中評量: 35.0 % ◆期末評量: 35.0 % ◆其他〈視情況調整〉: 10.0 %	
備考		「教學計畫表管理系統」網址: <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※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。</b>	