淡江大學１１０學年度第１學期課程教學計畫表

課程名稱	金融服務分析及行銷策略 FINANCIAL SERVICE ANALYSIS AND MARKETING STRATEGY	授課教師	吳耀邦 WU,YAO-PANG
開課系級	共同科－商管Ａ TGLXB0A	開課資料	實體課程 選修 單學期 3學分
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。

本課程對應校級基本素養之項目與比重
1. 全球視野。(比重：30.00) 2. 資訊運用。(比重：20.00) 3. 洞悉未來。(比重：20.00) 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.金融產品行銷及客戶服務 3.金融投資及財報分析 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 and customer service 3. Financial investment and finance report analysis 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 5.學習金融投資實務及財報基本分析	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 5. Financial investment practices and analysis

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	12357	講述、討論、發表、實作、體驗、模擬	測驗、討論(含課堂、線上)、實作、活動參與

授 課 進 度 表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備註
1	110/09/22～110/09/28	金融行銷定義 / 金融行銷環境	
2	110/09/29～110/10/05	金融行銷道德之重要性 / 金融行銷道德之判斷標準	
3	110/10/06～110/10/12	業師講座: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	110/10/13～110/10/19	金融行銷資訊系統/ 金融行銷資訊研究	
5	110/10/20～110/10/26	金融市場顧客區隔定義 / 金融市場顧客區隔策略	
6	110/10/27～110/11/02	業師講座: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	110/11/03～110/11/09	理性與感性購買模式 / 購買決策變數	
8	110/11/10～110/11/16	業師講座:翻轉顧客情緒的魔法-客訴談判入門/客訴經驗分享/何謂客訴/如何處理客訴/情境演練	
9	110/11/17～110/11/23	期中考試週	
10	110/11/24～110/11/30	金融商品分類 / 金融商品組合及發展/期中學習隨堂測驗	
11	110/12/01～110/12/07	金融商品定價重要性 / 金融商品定價方法及挑戰	

12	110/12/08～ 110/12/14	業師講座: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	
13	110/12/15～ 110/12/21	金融商品行銷溝通及目的 / 金融商品網路行銷探討	
14	110/12/22～ 110/12/28	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	
15	110/12/29～ 111/01/04	金融商品服務品質提升策略 / 金融商品行銷之管理	
16	111/01/05～ 111/01/11	金融商品行銷策略規劃 / 金融商品行銷內部控制與管理/期末學習隨堂測驗	
17	111/01/12～ 111/01/18	期末考試週	
18	111/01/19～ 111/01/25	期末成績評量	

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.期中及期末評量方式以期中及期末隨堂測驗分數為主 3.中華品質協會課程認證取得資格為參考課程參與及本科目學習成績為基礎 4.平時評量主要參考課堂參與積極度為主
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 / 華泰文化出版 Kotler等著 謝文雀編譯 行銷管理
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： 40.0 % ◆平時評量：10.0 % ◆期中評量：25.0 % ◆期末評量：25.0 % ◆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。**