

淡江大學 1 1 1 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	金融行銷專題	授課 教師	郭宗賢 KUO, TSUNG-HSIEN
	TOPICS ON FINANCIAL MARKETING		
開課系級	財金一碩專班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLBXJ1A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育		
系 (所) 教育目標			
提供財務金融產業人才之專業訓練課程，以落實實務與理論融合應用之能力。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 具備理論與實務融合應用之能力。(比重：30.00)</p> <p>B. 具備個案研究與分析的能力。(比重：10.00)</p> <p>C. 培養具備企業財務決策與分析之能力。(比重：10.00)</p> <p>D. 發展專業競爭的能力與態度。(比重：20.00)</p> <p>E. 提升財金研究理論與方法之素養。(比重：10.00)</p> <p>F. 提升考取高階財金專業證照之能力。(比重：20.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：10.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：5.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：5.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：20.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：30.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：15.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：10.00)</p>			
課程簡介	<p>本課程乃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，並以國內外實例與生活見聞來解釋學理的應用，藉以提升同學對金融服務行銷議題的興趣，並培養同學分析與解決行銷問題的能力。</p>		

	This course aims to discuss the theories and applications of financial marketing. The content includes four main areas: (1) the fundamental, environment and ethic of financial marketing; (2) the behavior and satisfaction of customers as well as target marketing and its segmentation; (3) the product orientation, pricing, brand, innovation, and diffusion of financial products as well as interactivity and customization in financial industry; (4) sale channels, service personnel and physical environment in financial industry.
--	---

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	學習者能理解金融服務行銷的理論及其應用	The learners will understand the theories and applications of financial marketing.
2	學習者能分析金融服務行銷相關問題並提出解決方案與建議	The learner are able to analyze financial marketing problems and propose potential resolutions and suggestions.

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	ABCDEF	12345678	講述、討論	討論(含課堂、線上)
2	認知	ABCDEF	1234568	實作	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	111/09/05~ 111/09/11	課程介紹與評分方式說明	
2	111/09/12~ 111/09/18	Ch01 金融行銷概念	
3	111/09/19~ 111/09/25	Ch02 金融行銷道德	
4	111/09/26~ 111/10/02	Ch03 金融行銷資訊系統與行銷研究	
5	111/10/03~ 111/10/09	Ch04 金融市場區隔	
6	111/10/10~ 111/10/16	Ch05 個別消費者購買模式	
7	111/10/17~ 111/10/23	Ch06 組織型顧客購買模式	

8	111/10/24~ 111/10/30	Ch07 金融商品	
9	111/10/31~ 111/11/06	Ch08 金融商品定價	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考週	
11	111/11/14~ 111/11/20	Ch09 金融業行銷溝通	
12	111/11/21~ 111/11/27	Ch10 金融業行銷通路	
13	111/11/28~ 111/12/04	Ch11 服務品質與品質提升策略	
14	111/12/05~ 111/12/11	Ch12 金融業內部行銷	
15	111/12/12~ 111/12/18	Ch13 策略規劃與控制	
16	111/12/19~ 111/12/25	Ch14 金融行銷環境	
17	111/12/26~ 112/01/01	期末考週	
18	112/01/02~ 112/01/08	課程總結	
修課應 注意事項			
教學設備		(無)	
教科書與 教材		謝耀龍 (2017)。金融行銷 (二版)。台北市：雙葉書廊。 曾光華、黃增乾 (2012)。金融服務行銷：專業與實務。新北市：前程文化。	
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 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： % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆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。	