

淡江大學114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	(多位教師合開) 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					
<ol style="list-style-type: none"> 1. 全球視野。(比重：10.00) 2. 資訊運用。(比重：5.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：20.00) 5. 獨立思考。(比重：30.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：15.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00) 					
課程簡介	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。				

	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	12345678	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	114/09/15~ 114/09/21	課程介紹與評分方式說明	
2	114/09/22~ 114/09/28	第1章 金融行銷概念	
3	114/09/29~ 114/10/05	第2章 重視價值創造與顧客關係	
4	114/10/06~ 114/10/12	國慶日停課	
5	114/10/13~ 114/10/19	第3章 制訂策略規劃與行銷策略	
6	114/10/20~ 114/10/26	臺灣光復節補假	
7	114/10/27~ 114/11/02	第4章 執行行銷研究	

8	114/11/03~114/11/09	期中考週筆試	
9	114/11/10~114/11/16	第5章 透視行銷環境	
10	114/11/17~114/11/23	第6章 維護行銷道德	
11	114/11/24~114/11/30	第7章 分析消費者行為	
12	114/12/01~114/12/07	第8章 分析組織購買行為	
13	114/12/08~114/12/14	第9章 分析競爭者與發展競爭策略	
14	114/12/15~114/12/21	第10章 發展市場區隔、目標市場與定位	
15	114/12/22~114/12/28	第11章 管理產品與推出新產品	
16	114/12/29~115/01/04	期末考周專題報告	
17	115/01/05~115/01/11	課外自主學習時間for期末專題，有需要 可諮詢老師	
18	115/01/12~115/01/18	課外自主學習時間for期末專題，有需要 可諮詢老師	
課程培養 關鍵能力			
跨領域課程			
特色教學 課程			
課程 教授內容	金融行銷		
修課應 注意事項			
教科書與 教材	採用他人教材：教科書 教材說明： 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. 謝耀龍（2017）。金融行銷（二版）。台北市：雙葉書廊。		

學期成績 計算方式	<p>◆出席率： % ◆平時評量：40.0 % ◆期中評量：30.0 %</p> <p>◆期末評量：30.0 %</p> <p>◆其他〈 〉： %</p>
備 考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：https://web2.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。</p> <p>※「遵守智慧財產權觀念」及「不得不法影印、下載及散布」。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。</p>