

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			
A. 具備理論與實務融合應用之能力。(比重：30.00) B. 具備個案研究與分析的能力。(比重：10.00) C. 培養具備企業財務決策與分析之能力。(比重：10.00) D. 發展專業競爭的能力與態度。(比重：20.00) E. 提升財金研究理論與方法之素養。(比重：10.00) F. 提升考取高階財金專業證照之能力。(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：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	◆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://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。 ※「遵守智慧財產權觀念」及「不得非法影印、下載及散布」。請使用正版教科 書，勿非法影印他人著作，以免觸法。