

# 南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	80D18402
課程中文名稱	金融行銷(B)
課程英文名稱	Financial Marketing
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	四技財金一甲 四技財金一乙四技財金一丙
任課教師	陳孟修
上課教室(時間)	週三第 4 節(S413) 週三第 5 節(S413) 週三第 6 節(S413)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
課程概述	金融業是一種特殊行業，在特性上與一般的製造業或服務業有很大的不同，為使學生更能體會實際金融行銷的作法，課程提供一些金融行銷個案供學生研討與學習，使學生對於金融行銷有更深入的了解。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 ----- 1.能了解金融業的特性，--，1 財務知識 2.能分析金融商品，--，2 金融知識 3.能洞悉行銷組合，--，2 金融知識 4.能運用行銷組合到金融服務業，--，3 財金實務 5.能處理金融業的行銷問題，--，4 協調整合 6.能分析金融行銷個案，--，5 報告溝通 7.能建立策略性的金融行銷組合，--，7 計畫評估
中文課程大綱	第 1 章 企業策略規劃 第一節 策略規劃之基本作法 第二節 策略規劃之模式 第 2 章 策略行銷之選擇 第一節 行銷策略 第二節 目標行銷策略 第三節 競爭策略

	<p>           第四節 成長策略            第五節 產品生命週期策略            第六節 國際行銷策略            第 3 章 金融環境分析            第一節 金融市場現況分析            第二節 金融業環境分析            第三節 金控公司            第四節 金融業風險管理            第五節 金融海嘯            第 4 章 金融行銷            第一節 金融業行銷策略            第二節 金融業目標行銷策略            第三節 金融業競爭策略            第四節 金融業成長策略            第五節 金融業產品生命週期策略            第六節 金融業國際行銷策略            第七節 金融行銷之基本原則            第 5 章 電子化金融行銷工具            第一節 電子化金融工具            第二節 客戶關係管理            第 6 章 金融從業人員之行銷技巧            第一節 銷售技巧            第二節 與顧客溝通之技巧         </p>
<p>英/日文課程大綱</p>	<p>           Chapter 1 Business Strategic Planning            Section 1 The Basic Method                of Strategic                Planning            Section 2 Strategic Planning                Model            Chapter 2 Choice of Strategic            Marketing            Section 1 Marketing Strategy            Section 2 Target Marketing Strategy            Section 3 Competitive Strategy            Section 4 Growth Strategy            Section 5 Product Life Cycle Strategy            Section 6 International Marketing Strategy            Chapter 3 Financial            Environment         </p>

Analysis  
 Section 1 Financial Market  
 Situation Analysis  
 Section 2 Financial Industry  
 Environmental  
 Analysis  
 Section 3 Financial Holding  
 Company  
 Section 4 Financial Industry Risk Management  
 Section 5 Financial Tsunami  
 Chapter 4 Financial Marketing  
 Section 1 Marketing Strategy  
 of the Financial  
 Industry  
 Section 2 Target Marketing  
 Strategy of the  
 Financial Industry  
 Section 3 Competitive  
 Strategy of the  
 Financial Industry  
 Section 4 Growth Strategy of  
 the Financial  
 Industry  
 Section 5 Product Life Cycle  
 Strategy of the  
 Financial Industry  
 Section 6 International  
 Marketing Strategy  
 of the Financial  
 Industry  
 Section 7 The Basic Principle  
 of Financial  
 Marketing  
 Chapter 5 Electronic Financial  
 Marketing Tools  
 Section 1 Electronic Financial  
 Tools  
 Section 2 Customer  
 Relationship  
 Management

	<p>Chapter 6 Marketing Skills of Financial employees</p> <p>Section 1 Selling Skills</p> <p>Section 2 Communication Skills with Customers</p>																																						
課程進度表	<table border="0"> <thead> <tr> <th>週數</th> <th>相關章數</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>1.</td><td>課程介紹</td></tr> <tr><td>2.</td><td>第 1 章：金融行銷的本質</td></tr> <tr><td>3.</td><td>第 2 章：金融行銷環境與行銷道德</td></tr> <tr><td>4.</td><td>第 3 章：金融業消費者行為</td></tr> <tr><td>5.</td><td>第 4 章：顧客知覺價值、服務品質與顧客滿意</td></tr> <tr><td>6.</td><td>第 5 章：金融市場區隔、目標市場</td></tr> <tr><td>7.</td><td>第 6 章：金融業的產品定位、品牌與創新</td></tr> <tr><td>8.</td><td>第 7 章：金融業的定價</td></tr> <tr><td>9.</td><td>期中考：第 1 至 6 章</td></tr> <tr><td>10.</td><td>第 8 章：金融業的推廣與大眾溝通</td></tr> <tr><td>11.</td><td>第 9 章：金融業的互動式與客製化溝通</td></tr> <tr><td>12.</td><td>第 10 章：金融業的通路</td></tr> <tr><td>13.</td><td>第 11 章：金融業服務人員</td></tr> <tr><td>14.</td><td>第 12 章：金融業的實體環境</td></tr> <tr><td>15.</td><td>分組口頭個案報告</td></tr> <tr><td>16.</td><td>分組口頭個案報告</td></tr> <tr><td>17.</td><td>分組口頭個案報告</td></tr> <tr><td>18.</td><td>期末考：第 7 至 12 章</td></tr> </tbody> </table>	週數	相關章數	1.	課程介紹	2.	第 1 章：金融行銷的本質	3.	第 2 章：金融行銷環境與行銷道德	4.	第 3 章：金融業消費者行為	5.	第 4 章：顧客知覺價值、服務品質與顧客滿意	6.	第 5 章：金融市場區隔、目標市場	7.	第 6 章：金融業的產品定位、品牌與創新	8.	第 7 章：金融業的定價	9.	期中考：第 1 至 6 章	10.	第 8 章：金融業的推廣與大眾溝通	11.	第 9 章：金融業的互動式與客製化溝通	12.	第 10 章：金融業的通路	13.	第 11 章：金融業服務人員	14.	第 12 章：金融業的實體環境	15.	分組口頭個案報告	16.	分組口頭個案報告	17.	分組口頭個案報告	18.	期末考：第 7 至 12 章
週數	相關章數																																						
1.	課程介紹																																						
2.	第 1 章：金融行銷的本質																																						
3.	第 2 章：金融行銷環境與行銷道德																																						
4.	第 3 章：金融業消費者行為																																						
5.	第 4 章：顧客知覺價值、服務品質與顧客滿意																																						
6.	第 5 章：金融市場區隔、目標市場																																						
7.	第 6 章：金融業的產品定位、品牌與創新																																						
8.	第 7 章：金融業的定價																																						
9.	期中考：第 1 至 6 章																																						
10.	第 8 章：金融業的推廣與大眾溝通																																						
11.	第 9 章：金融業的互動式與客製化溝通																																						
12.	第 10 章：金融業的通路																																						
13.	第 11 章：金融業服務人員																																						
14.	第 12 章：金融業的實體環境																																						
15.	分組口頭個案報告																																						
16.	分組口頭個案報告																																						
17.	分組口頭個案報告																																						
18.	期末考：第 7 至 12 章																																						
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>能了解金融業的特性，課堂講授，口頭報告</p> <p>能分析金融商品，課堂講授，口頭報告</p> <p>能洞悉行銷組合，課堂講授，口頭報告</p> <p>能運用行銷組合到金融服務業，課堂講授，口頭報告</p> <p>能處理金融業的行銷問題，課堂講授，口頭報告</p> <p>能分析金融行銷個案，分組討論，筆試</p> <p>能建立策略性的金融行銷組合，分組討論，筆試</p>																																						
指定用書	<p>書名：金融服務行銷：專業與實務</p> <p>作者：曾光華，黃增乾</p>																																						

	<p>書局：前程文化事業有限公司</p> <p>年份：2012</p> <p>ISBN：</p> <p>版本：</p>
參考書籍	<p>賴正義，金融服務行銷，財團法人臺灣金融研訓院，2004</p> <p>謝耀龍，金融行銷，雙葉書廊，2011</p> <p>Farquhar, Jillian Dawes and Arthur Meidan, Marketing Financial Services , Palgrave Macmillan, 2010.</p>
教學軟體	ppt
課程規範	<p>金融行銷評分標準:</p> <p>金融行銷評分標準:上課出席及表現: 40%      報告:30% 期末考:30%</p> <p>上課出席及表現: 40% (每周缺席扣總分 3 分 或缺席每節扣總分 1 分 整學期可以有 3 節缺席不扣分 )(重大特殊狀況無法出席需於事前或事後由老師認定 可以少扣或不扣分)</p> <p>期末考:30%</p> <p>報告:30% 4/13 前上傳我的數位學習作業區 不能遲交</p> <p>期末考缺考 為重大缺席 平時成績扣 20% 考試也 0 分</p> <p>(如重大情況缺考期末考 需事先拿證明跟教務處課務組請假 教務處同意才能補考)</p>