朝陽科技大學 098學年度第2學期教學大綱
Financial Marketing Management 金融行銷管理

當期課號	1106	**Course Number**	1106
授課教師	張輝鑫	**Instructor**	CHANG,HUEA HSING
中文課名	金融行銷管理	**Course Name**	Financial Marketing Management
開課單位	財務金融系(四日)三A	**Department**	
修習別	選修	**Required/Elective**	Elective
學分數	3	**Credits**	3
課程目標	使學習者了解行銷之基本理論及行銷發展之方向,課程內容力求理論與實務併重,並運用於日常生活中	**Objectives**	The course provides a main flame for students to understand the meaning of Marketing. The content includes introduction of product、pricing、place and promotion strategy. The teaching goal is to combine theory and practical operation and to emphasize marketing strategy in new environment.
教材	◎ 教科書：金融行銷管理,Eveyln Ehrlich,Ph.d.Duke Fanelli 原著,賴正義 譯,台灣金融研訓院,民95年7月初版.銷售處：智勝文化,簡文亮先生;02-3886368;bwc@mail.bestwise.com.tw ◎ 參考書： 1、行銷管理,蕭富峰,智勝文化,民98年6月初版. 2、行銷管理，曾光華 著，前程企管公司，2004.8(TEL:02-2995-6488) 3、行銷企劃案實務，許長田編著，書泉出版社，2003.02 (02-2705-5066) 4、行銷管理，洪順慶 著，新陸書局，2002.9(TEL:02-2351-2587)(92-2#6366班教科書) ◎ 參考報紙：工商 / 經濟 / 金融郵報 / 財訊快報 / 中時晚報 / 聯合晚報 ◎ 參考期刊：財訊月刊 / 商業週刊 / 錢-雜誌 ◎ 參考網站 1、EMBA管理知識網http://www.emba.com.tw/ 2、財團法人台北金融研究發展基金會http://www.asia-learning.com/tff/listall_article/ 3. 怡和資產管理公司及日陽法拍金融理財專業網http://home.kimo.com.tw/et5885/ 4、台灣中央銀行http://www.cbc.gov.tw/ 5、中國人民銀行http://www.pbc.gov.cn/ 6、羅網/財金商業科技辭典 http://www.andrewlo.idv.tw/dictionary_@/dictionary.htm 7、元富理財網http://www.masterlink.com.tw/ 8、HiNet股市網http://money.hinet.net/stock/index.jsp 9、證券承銷-(參考元富證券承銷部)http://www.masterlink.com.tw/ibd/index.htm 10、下載看盤軟體http://web6.masterlink.com.tw/project//certification/index2_0215.htm 11、富蘭克林基金教室http://www.franklin.com.tw/Bulletin/FundSchool/1.programme/general.asp 12、Fund DJ基智網http://www.funddj.com/y/yFund.ht 13、智富網http://fund104.smartnet.com.tw/good_sites/fund1.asp#001 14、理財精算網http://www.richmall.com.tw 15、羅網/財金商業科技辭典(按應文字母查找) http://www.andrewlo.idv.tw/dictionary_@/dictionary.htm 16、基金入門講堂http://www.fidelitysite.com.tw/investment/investment_3_1.htm 17、專業的金融理財_GoGofund 理財網http://www.gogofund.com/convch/index.asp 18、專業的金融理財_雅虎財經網 (http://tw.finance.yahoo.com/) 19、專業的金融理財_蕃薯籐理財網 (http://fn.yam.com/) 20、專業的金融理財_聯合理財網 (http://money.udn.com/) 21、專業的金融理財_網龍大富翁(http://www.fortunengine.com.tw/) 22、專業的金融理財_鉅亨網 (http://www.cnyes.com/) 23、專業的金融理財_金融時報(http://www.ft.com/home/asia) 24、專業的金融理財_摩根史坦利(http://www.mscibarra.com/) 25、專業的金融理財_標準普爾_中國 http://www2.standardandpoors.com/portal/site/sp/cn/cn/page.home/home/0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0,0.html 26、專業的金融理財_標準普爾=中華信評(http://www.taiwanratings.com/tw/)	**Teaching Materials**	◎ Textbook：金融行銷管理,Eveyln Ehrlich,Ph.d.Duke Fanelli 原著,賴正義 譯,台灣金融研訓院,民95年7月初版.銷售處：智勝文化,簡文亮先生;02-3886368;bwc@mail.bestwise.com.tw
	一.期中考與期末考 50% 二.課堂作業，20% 三.服務學習活動表現，30% 四.本學期中參加證券、期貨、投信投顧、信託、保險、債券、票券等專業執照考試及格者，憑成績單，於期中考(含)前向老師登記者，外加學科總成績 5 分，於期中考後向老師登記者，外加學科總成績 3 分。上項加分每人以一次爲限。只通過金融市場常識及職業道德單科者，加學科總成績1分。 五.事前向老師報備參加學校內外相關證券金融市場專業講座或教育訓練者，依出席憑證及筆記，每梯次加學科總成績 1 分。 六.學習態度及學勤考核，外加0~20分。全勤(須爲準時上下課)者本科目至少40分；但上課抽點時不在場累積達三次者，本科目最高爲60分。 . 以上加總成績爲本科目學期成績，最高爲100分，60分以上爲及格。但任何考試、作業有抄襲、作弊情事一經查覺者，本科目爲零分。全勤者本科目至少40分；上課抽點時不在場累積達三次者，本科目最高爲60		1.Middle term & Final exam. 50% 2.Home work 20% 3.Class performance 30%

成績評量方式	分。 ◎ 師生聯繫通訊事項 請選課同學在開學後加退選結束三天內，以下列標準通訊格式示範字樣爲信件主旨及內容，寄到老師信箱chs@cyut.edu.tw，以利建立本班通聯群組。 標準通訊格式示範字樣： 98-2#1106金融行銷=財金4B張輝鑫0918138105=chs@cyut.edu.tw 以上標準通訊格式： 【學期別+#課號+等號+系級班別(限4字)+姓名+聯絡電話+等號+電郵信箱】，內容均請各位同學自行修改。中間兩個等號具間隔作用，請勿省略。 來信主旨及內容，請勿添加任何其他文字：抬頭、問候、落款，一概全免。 所有文數字都要前後銜接，中間均請勿用空白鍵及Enter鍵斷開。電話號碼中間勿加"-"減號。 ◎ 過去幾個學期選課同學率皆認真學習，多已拿到60到96不等的及格成績。只有少數人因缺勤超過三次，又不按規定親自、事先向老師請假，或實在太不用功，導致不及格。自作自受，因果不爽，希望大家記取殷鑒。 ◎ 成績考核項目3.學習態度及學勤考核，老師注重出席率與上課規矩。茲規定請假者必須親自、事前以手機簡訊註明課號、請假日期時間及姓名請假。老師不問理由一律准假。且一學期請假未逾五次者以全勤論。重傷病者特許事後檢據補請假。但凡未到課、託他人請假，以及上課時間內睡覺、任意進出教室或讀旁書者，均視爲當次曠課。又，上課抽點時不在場累積達三次者，本科目最高爲60分。意思是說，若本科目所有其他考試不能得滿分時，學期成績當爲不及格。	**Grading**	
教師網頁			
教學內容	◎ 課程目標 本課程將先使學生了解行銷學之基本理論及行銷實務發展之方向，再導入金融市場中公私部門不同的行銷策略與做法。教學內容力求理論與實務併重，並期學生能運用行銷學各種知識於未來職場專業領域。 ◎ 教學內容 1.行銷管理與行銷規劃 2.消費者行爲vs.實例分析 3.市場區隔與定位vs.實例分析 4.金融商品的訂價策略 5.行銷資訊系統vs.實例分析 6.金融商品產品策略vs.實例分析 7.金融商品推廣策略vs.實例分析 8.金融市場顧客關係管理vs.實例分析 9.個人金融行銷-企業金融行銷-財富管理行銷-投資銀行行銷-保險行銷概述 10.服務學習_金融業參訪與分析	**Syllabus**	1.To discuss the meaning, goals and content of marketing by managerial opinions. 2.To achieve a global view of financial marketing by local and foreign cases explanation. 3.Through group discussion and case study to realize the class objectives as above.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。