

【金融营销】

【Financial Marketing】

一、基本信息

课程代码：【 2060419 】

课程学分：【 2 】

面向专业：【金融工程】

课程性质：【系级选修课】

开课院系：商学院金融工程系

使用教材：主教材【金融营销 杨米沙，刘飞雨，方芳 著 中国人民大学出版社 2021 年第 3 版】

参考教材【金融营销 杨米沙，刘飞雨，方芳 著 机械工业出版社 2018 年第 1 版】

【金融营销 陆剑清著 清华大学出版社 2021 年第 3 版】

【金融营销 赵占波著 北京大学出版社 2018 年第 2 版】

【金融营销 刘澄，张峰，鲍新中，傅巧灵，王未卿 著 清华大学出版社 2021 年第 1 版】

先修课程：【宏观经济学；微观经济学；金融学】

二、课程简介

金融营销课程的理论体系是市场营销学框架与金融行业特点的结合。目前，银行、保险公司、证券公司、基金公司、信托公司乃至金融租赁公司、典当行、财务公司等金融机构对一线营销人员大多需求较大，该岗位上升空间也大，因此金融营销是金融类专业学生的选修课，学好这门课，对其整个职业生涯规划非常重要。

学习该课程主要使学生通过以我国金融业现状为背景，结合国外先进的金融理论与实务，阐述了金融营销的基本概念、方法和原则，并以营销学科为经，大数据和新媒体背景为纬，全方位系统介绍了金融营销领域的诸多问题，包括金融营销战略、金融市场调查与预测、金融品牌营销、金融服务营销、金融新媒体营销、金融大数据营销、金融营销客户行为分析、金融市场细分与定位、金融营销产品策略、金融营销定价策略、金融营销渠道策略以及金融营销促销策略。

三、选课建议

本大纲适合经济类和管理类的专业学生，建议在二、三年级开设。

四、课程与专业毕业要求的关联性

专业毕业要求	关联
LO11: 能准确描述金融相关岗位与投资项目的职责、任务、目标、风险及收益。	
LO21: 能按照教学大纲要求和教师要求, 自主完成相关问题的资料收集、课前预习和课后练习等。	
LO31: 能够参与经济、与金融调查。	●
LO32: 能够运用数据分析的理论和方法分析和处理经济金融领域的问题。	●
LO33: 能够运用学习的知识分析和处理金融投资问题。	
LO34: 具有为客户提供投资理财咨询服务的能力。	
LO35: 能够在对金融风险计算分析的基础上, 提出规避风险的投资策略。	
LO41: 遵守纪律、守信守责; 具有耐挫折、抗压力的能力。(“责任”为我校校训内容之一)。	
LO51: 同群体保持良好的合作关系, 做集体中的积极成员; 善于从多个维度思考问题, 利用自己的知识与实践来提出新设想。	
LO61: 具备一定的信息素养, 并能在工作中应用信息技术解决问题。	
LO71: 愿意服务他人、服务企业、服务社会; 为人热忱, 富于爱心, 懂得感恩(“感恩、回报、爱心”为我校校训内容)	
LO81: 能收集国际金融经济信息, 具有消化国际信息、把握国际投资及交易机会的能力。	●

五、课程目标/课程预期学习成果

序号	课程预期学习成果	课程目标 (细化的预期学习成果)	教与学方式	评价方式
1	LO313	能按照教学大纲要求和教师要求, 自主完成相关问题的资料收集、课前预习和课后练习等。	前一节课提出问题, 后一节课提问, 并点评; 讨论教学法、小组学习	口头评价 小组作业 报告
2	LO323	能够设计含收集经济金融文献资料 and 数据的方案策略。	结合课堂理论知识, 运用案例教学法	课堂提问 小组作业 报告
3	LO811	能收集国际金融经济信息, 具有消化国际信息、把握国际投资及交易机会的能力。	小组合作与作业	小组作业

六、课程内容

第1章 金融市场概述

教学内容:

第一节 金融市场的定义、功能及特点

第二节 金融市场分类及特征

第三节 商业性金融机构及主要产品

第四节 金融营销发展

能力要求：

- ① 掌握金融市场的特征与分类；
- ② 掌握金融机构的产品。

教学重点：

金融机构的产品

第2章 金融服务营销

教学内容：

第一节 服务营销理论概要

第二节 服务产品特性

第三节 服务营销对策与营销要素

第四节 金融服务营销的特点

能力要求：

- ① 理解服务产品特性；
- ② 掌握金融服务营销的特点。

教学重点：

金融服务营销的特点

第3章 金融营销环境分析

教学内容：

第一节 宏观环境

第二节 微观环境

第三节 变化中的营销环境和机会

第四节 环境分析方法

能力要求：

- ① 理解宏微观环境；
- ② 理解环境分析方法；

教学重点：

环境分析方法

第4章 个人金融行为分析

教学内容：

第一节 个人交易行为理论基础

第二节 影响客户交易行为的因素

第三节 个人金融交易决策过程

第四节 行为金融理论简述

能力要求：

- ① 理解影响客户交易行为的因素；
- ② 理解行为金融理论；

教学重点：影响客户交易行为的因素

第5章 机构金融行为分析

教学内容：

第一节 工商市场的特征

第二节 工商客户金融决策过程

第三节 政府社团交易决策过程

能力要求：

- ① 掌握工商客户金融决策过程；
- ② 政府社团交易决策过程；

教学重点：

政府社团交易决策过程

第6章 目标市场营销

教学内容：

第一节 市场细分

第二节 目标市场选择

第三节 市场定位

能力要求：

- ① 理解市场细分；
- ② 理解目标市场选择；

教学重点：

目标市场选择

第7章 金融产品策略

教学内容：

第一节 产品概念及金融产品特点

第二节 金融产品的品牌创建

第三节 新产品开发过程及策略

第四节 产品生命周期策略

能力要求：

- ① 掌握金融产品的品牌创；
- ② 了解产品生命周期策略；

教学重点：

产品生命周期策略

第8章 金融产品定价策略

教学内容：

第一节 影响定价的主要因素

第二节 定价的一般方法

第三节 各类金融产品的定价模式

第四节 常用的价格营销策略

能力要求：

- ① 掌握影响定价的主要因素；
- ② 掌握常用的价格营销策略。

教学重点：

常用的价格营销策略

第9章 金融营销渠道策略

教学内容：

第一节 金融渠道的特点、功能与类型

第二节 金融机构物理渠道布点策略

第三节 金融渠道拓展与选择策略

能力要求：

- ① 掌握金融渠道的特点、功能与类型。

教学重点：

金融渠道的特点、功能与类型

第10章 金融产品促销策略

教学内容：

第一节 促销组合与促销实施步骤

第二节 人员推销

第三节 广告

第四节 营业推广

第五节 公共关系

能力要求：

- ① 理解促销组合与促销实施步骤

教学重点：

促销组合与促销实施步骤

七、评价方式与成绩（必填项）

总评构成 (1+X)	评价方式	占比	评测的毕业要求/指标点编号
1	期末考试	60%	L0313/ L0323
X1	平时表现	20%	L0313/ L0323
X2	小组作业	10%	L0313/ L0323
X3	金融产品相关报告	10%	L0313/ L0323/L0811

撰写人：



系主任审核：卢峥

时间：2024年2月20日

时间：2024年2月20日