

上海建桥学院课程教学进度计划表

一、基本信息

课程代码	2060419	课程名称	金融营销
课程学分	2	总学时	32
授课教师	梁艳	教师邮箱	15041@gench.edu.cn
上课班级	金融工程 B20-2 金融工程 B20-1 金融工程 B20-1 (专升本) 金融工程 B20-2 (专升本)	上课教室	1 教 207
答疑时间	周四中午 11:40-13:00, 周三中午 11:00-12:40		
主要教材	【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】		
参考资料	【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】		

二、课程教学进度

周次	教学内容	教学方式	作业
1/1	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	讲课、讨论课	
2/1	第三节 商业性金融机构及主要产品 第四节 金融营销发展	讲课、讨论课	习题 1
3/1	第一节 服务营销理论概要 第二节 服务产品特性	讲课	
4/1	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	讲课	
5/1	第一节 宏观环境 第二节 微观环境	讲课	

注：课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上，并发送到教务处存档。

6/1	第三节 变化中的营销环境和机会 第四节 环境分析方法	讲课	
7/1	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	边讲边练	
8/1	第三节 个人金融交易决策过程 第四节 行为金融理论简述	讲课	习题 2
9/1	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	讲课、讨论课	
10/1	第一节 市场细分 第二节 目标市场选择 第三节 市场定位	讲课	
11/1	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	讲课	
12/1	第三节 新产品开发过程及策略 第四节 产品生命周期策略	讲课、课堂互动	
13/1	第一节 影响定价的主要因素 第二节 定价的一般方法	讲课、课堂互动	习题 3
14/1	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	讲课、课堂互动	
15/1	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	讲课、课堂互动	
16/1	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	讲课、课堂互动	

三、评价方式以及在总评成绩中的比例

注：课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上，并发送到教务处存档。

总评构成(1+X)	评价方式	占比
1	期末考试	50%
X1	平时表现	10%
X2	小组作业	20%
X3	金融产品相关报告	20%

任课教师：梁艳

系主任审核：



2023. 2. 23