

# 수업계획서

결	전공주임	교학부장
재		

< 2017학년도 3월 6일 ~ 6월 25일 >

1. 강의개요							
학습과정명	마케팅원론	학점	3	교강사명		교강사 전화번호	
강의시간	3	강 의 실		수강대상		E-mail	
2. 교육과정 수업목표							
<p>마케팅은 기업을 비롯한 제 주체의 활동이 시장을 통하여 수행된다는 거시적 입장을 취한다. 이 활동은 사회 경제적으로 집약화 되어 재화나 서비스의 흐름이 사회 전체적으로 주어지게 된다. 본 강의는 이 활동에 관한 기초적인 지식을 종합적으로 이해하고 학문적 체계를 확립할 수 있는 방향을 제시한다. 마케팅컨셉을 보다 효율적으로 실현하기 위한 방안을 모색하는 것으로 마케팅의사결정자가 통제할 수 있는 마케팅의 주요변수인 제품, 가격, 유통, 촉진 등에 관한 사항을 기초부터 심도 있게 다루고자 한다. 오늘날과 같은 급변하는 경영환경 속에서 요구하고 있는 마케팅관련 원리와 이론들을 분명하게 이해시키고 실제적인 상황에서 창의적으로 문제를 해결할 수 있는 기초적 능력의 배양과 기업목적 달성의 필수적 기능인 마케팅과 관련하여 개발되고 축적되어온 여러 기본개념과 이론들을 학습함으로써 마케팅 의사결정에 필요한 정보의 수집 및 분석능력을 제고하고 나아가 마케팅 지식의 실무적 활용능력을 극대화하는데 학습목표를 둔다.</p>							
3. 교재 및 참고문헌							
주교재	핵심마케팅	저자	Kerin 외2인	출판사	생능출판사	출판년도	2013
부교재(참고문헌)		저자		출판사		출판년도	
4. 주차별 강의(실습·실기·실험) 내용							
주별	차시	강의(실습·실기·실험) 내용				과제 및 기타 참고사항	
제 1 주	1	<b>1] 강의주제 :</b> 마케팅을 통한 고객관리 및 고객가치창조 <b>2] 강의목표 :</b> 마케팅정의, 고객관계, 마케팅 중요성 이해 <b>3] 강의세부내용 :</b>				<b>[강의계획서 공지]</b>  - 주교재 : p.28~43 - 프레젠테이션 강의 - 빔프로젝터	
	2	<b>① 오리엔테이션(학습목표, 강의진행순서, 평가방법 등)</b> <b>② 마케팅의 정의 및 학문적 전개</b>					
	3	<b>③ 고객욕구파악, 마케팅의 진화</b> <b>4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답</b>					
제 2 주	1	<b>1] 강의주제 :</b> 성공적인 마케팅 및 조직전략 개발 <b>2] 강의목표 :</b> 조직과 전략방향, 전략마케팅 이해 <b>3] 강의세부내용 :</b>				- 주교재 : p.48~73 - 프레젠테이션 강의 - 빔프로젝터  <b>과제1</b> - 고객가치지향을 중심으로 한 기업의 성공사례 조사(기업 중심)	
	2	<b>① 현대 조직의 구조, 종류, 전략</b> <b>② 전략방향 설정(성장전략)</b>					
	3	<b>③ 전략적 마케팅 과정(Plan-Do-See)</b> <b>4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답</b>					
제 3 주	1	<b>1] 강의주제 :</b> 마케팅 환경 탐색 <b>2] 강의목표 :</b> 마케팅 환경요소에 대한 전반적 이해 <b>3] 강의세부내용 :</b>				- 주교재 : p.90~107 - 프레젠테이션 강의 - 빔프로젝터	
	2	<b>① 현대 시장 환경 탐색</b> <b>② 사회-경제-기술환경</b>					
	3	<b>③ 경쟁-법(규제)환경</b> <b>4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답</b>					
제 4 주	1	<b>1] 강의주제 :</b> 마케팅 윤리 및 사회적 책임 <b>2] 강의목표 :</b> 마케팅 윤리 및 사회적 책임 이해				- 주교재 : p.114~128 - 프레젠테이션 강의	

	2	3] 강의세부내용 : ① 마케팅 윤리의 본질과 중요성 ② 윤리적 마케팅 행동의 이해 ③ 마케팅의 사회에 대한 책임의 이해	- 빔프로젝터
	3	4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답	
제 5 주	1	1] 강의주제 : 구매자와 시장 관계 2] 강의목표 : 구매자와 시장 관계 이해	- 주교재 : p.134 ~ 156 - 프레젠테이션 강의
	2	3] 강의세부내용 : ① 소비자 구매결정과정과 경험 ② 소비자 행동에 대한 심리적 영향요인	- 빔프로젝터
	3	③ 소비자 행동에 대한 사회문화의 영향 4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답	
제 6 주	1	1] 강의주제 : 조직과 고객 관계 2] 강의목표 : 조직과 고객 관계 이해	- 주교재 : p.162 ~ 177 - 프레젠테이션 강의
	2	3] 강의세부내용 : ① 조직 시장의 본질과 규모 ② 조직구매 특성, 구매과정과 구매센터	- 빔프로젝터
	3	③ 산업재 시장에서의 온라인 구매 4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답	※ 과제 제출 마감 (2016. 9. 30. 24:00)
제 7 주	1	1] 강의주제 : 글로벌 소비자와 시장 관계 2] 강의목표 : 글로벌 소비자와 시장 이해 및 접근	- 주교재 : p.182 ~ 203 - 프레젠테이션 강의
	2	3] 강의세부내용 : ① 세계무역의 역동성, 글로벌 환경 탐색 ② 글로벌 시장진입전략의 비교	- 빔프로젝터
	3	③ 마케팅 프로그램 도안 4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답	
제 8 주	1		
	2	중 간 고 사	[필기시험] (객관식 1점 30문항, 총30점)
	3		
제 9 주	1	1] 강의주제 : 고객지향적 마케팅조사 2] 강의목표 : 고객 중심의 마케팅조사에 대한 이해	- 주교재 : p.210 ~ 235 - 프레젠테이션 강의
	2	3] 강의세부내용 : ① 마케팅 조사의 역할 ② 문제정의, 조사계획 설계, 정보수집	- 빔프로젝터
	3	③ 결과도출, 마케팅 활동 실행, 매출예측기법 4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답	
제 10 주	1	1] 강의주제 : 시장세분화, 표적시장, 포지셔닝 2] 강의목표 : STP전략에 대한 이해	- 주교재 : p.240 ~ 259 - 프레젠테이션 강의
	2	3] 강의세부내용 : ① 시장세분화 이해, 시점, 그리고 방법 ② 시장세분화와 표적시장 선택의 단계	- 빔프로젝터
	3	③ 제품 포지셔닝 4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답	과제 2 - 국내외 기업의 브랜드 관리 전략 성공사례 조사 (기업 중심)
제 11 주	1	1] 강의주제 : 신제품 및 신서비스 개발 2] 강의목표 : 신제품 및 신서비스에 대한 이해	- 주교재 : p.266 ~ 289 - 프레젠테이션 강의
	2	3] 강의세부내용 : ① 제품과 서비스 요소 ② 신제품 정의, 신제품 성공과 실패 이유	- 빔프로젝터
	3	③ 신제품 개발 과정 4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답	
제 12 주	1	1] 강의주제 : 제품, 서비스, 브랜드 관리 2] 강의목표 : 제품, 서비스, 브랜드의 성공적 관리에 대한 이해	- 주교재 : p.296 ~ 323 - 프레젠테이션 강의

	2	3] 강의세부내용 : ① Product Life Cycle 관리 ② 브랜딩과 브랜드관리 전략 ③ 서비스마케팅 관리	- 빔프로젝터
	3	4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답	
제 13 주	1	1] 강의주제 : 제품과 서비스의 가격 결정 2] 강의목표 : 제품과 서비스의 가격 결정에 대한 이해 3] 강의세부내용 :	- 주교재 : p.330 ~ 355 - 프레젠테이션 강의 - 빔프로젝터
	2	① 가격 정의, 가격결정 접근 방법 ② 수요와 매출예측, 원가-수량-이익 연관 관계	※ 과제 제출 마감 (2016. 11. 18. 24:00)
	3	③ 가격 결정의 목표와 제약조건(최종 가격 결정) 4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답	
제 14 주	1	1] 강의주제 : 마케팅 경로와 공급사슬의 관리 2] 강의목표 : 마케팅 경로와 공급사슬에 대한 이해 3] 강의세부내용 :	- 주교재 : p.360 ~ 383 - 프레젠테이션 강의 - 빔프로젝터
	2	① 마케팅 경로 정의, 구조와 조직, 선택과 관리 ② 물류와 공급망 관리	
	3	③ 공급망 하에 물류관리의 두 가지 개념 4] 수업방법 : 강의 및 질의/응답	
제 15 주	1	기 말 고 사	[필기시험] (객관식 1점 30문항, 총30점)
	2		
	3		

#### 5. 성적평가 방법

중간고사	기말고사	과제물	출결	기타	합계	비고
30 %	30 %	15 %	20 %	5 %	100 %	

#### 6. 수업 방법(강의, 토론, 실습 등)

- 강의 70%, 발표 및 토론 20%, 질의/응답 10%

#### 7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항

- 교재 위주의 수업 진행이 계획되어 있어 강의시간에 필히 교재 지참
- 기타 공지사항은 HEMS 게시판에 공지할 계획이므로 수시 확인 요망
- 과제 제출 기한 엄수

**과제1 (7점) :** 고객가치 지향을 중심으로 한 기업의 성공사례 조사 (기업 중심)

**과제2 (8점) :** 국내외 기업의 브랜드 관리 전략 성공사례 조사 (기업 중심)

**평가항목 :** 과제 주제와의 부합도, 과제 분량의 적정성, 내용구성의 체계성과 논리성, 과제물 제출기한 준수

**기타 :** 수업참여도 (5점)

#### 8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)