

결	전공주임	교학부장
재		

수업 계획서

< 2017학년도 8월 21일 ~ 12월 10일 >

1. 강의개요							
학습과정명	마케팅 실무	학점	3	교강사명		교강사 전화번호	
강의시간	4시간	강 의 실		수강대상	애완동물관리	E-mail	
2. 교육과정 수업목표							
<p>애완동물 시장에서 소비자의 필요와 욕구를 파악해 상품 개발과 판매에 활용할 수 있는 마케팅 기법을 사례 중심으로 배움으로써 애완동물 산업에서 요구되는 마케터로서의 기본 소양과 자질을 배양한다. 마케팅의 개념과 특성, 마케팅 전략 계획 수립, 거시 환경 분석, 시장 분석, 경쟁자 및 자사 분석, 소비자 행동 분석, 시장 세분화, 표적 시장의 결정, 포지셔닝, STP 전략의 통합, 마케팅 믹스 전략, 아이디어의 창출 및 신제품 개발 과정, 가격 결정 방법, 판매 촉진 활동 전략, 기업 홍보 및 상품 PR 등을 공부하고 실습한다. 마케팅 기법에 대한 제반 원리를 이해하고 활용하여 애완동물 산업에 진출하는 애완동물 관리자로서의 전문성과 실무 적응력을 함양할 수 있다.</p>							
3. 교재 및 참고문헌							
주교재	경쟁우위마케팅전략	저자	한상만 외	출판사	박영사	출판년도	2014년
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	1] 강의주제: 마케팅의 기초			P P T 유인물		
	2	2] 강의목표: 4P와 마케팅 MIX					
	3	3] 강의세부내용: ① 마케팅의 기초적 이해					
	4	② 4P와 5P의 이해 ③ 마케팅 MIX와 관리					
	4	4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)					
제 2 주	1	1] 강의주제: 마케팅 전략의 기초			주교재 1장 및 P P T 과제1: 성공적인 마케팅 사례조사		
	2	2] 강의목표: 전략적 시장관리					
	3	3] 강의세부내용: ① 전략이란 무엇인가?					
	4	② 전략의 계층구조 ③ 마케팅전략의 프레임워크					
	4	4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)					
제 3 주	1	1] 강의주제: 소비자의 의미			주교재 2장 및 P P T		
	2	2] 강의목표: 시장과 소비자					
	3	3] 강의세부내용: ① 제품과 시장의 의미					
	4	② 시장의 매력도 분석 ③ 시장지향성과 고객지향성의 비교					
	4	4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)					
제 4 주	1	1] 강의주제: 경쟁의 이해			주교재 3장 및 P P T		
	2	2] 강의목표: 경쟁과 산업분석					
	3	3] 강의세부내용: ① 경쟁과 산업분석의 정의 ② 전략집단과 경쟁적 지위					

	4	③ 경쟁자 분석과 전략적 제휴 4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)	
제 5 주	1	1] 강의주제: SWOT 분석 기법	주교재 4장 및 P P T
	2	2] 강의목표: SWOT 분석에 의한 마케팅전략 수립	
	3	3] 강의세부내용: ① SWOT 분석의 개념 ② 환경 분석과 자사의 강약점 ③ 마케팅전략과 SWOT분석	
	4	4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)	
제 6 주	1	1] 강의주제: 경쟁우위의 이해	주교재 5,6장 및 P P T ※ 1차 과제마감 (2017.10.01. 24:00)
	2	2] 강의목표: 경쟁우위의 구축과 활용	
	3	3] 강의세부내용: ① 경쟁우위와 핵심역량 ② 경쟁우위의 선순환 ③ 경쟁우위에 근거한 마케팅 전략수립	
	4	4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)	
제 7 주	1	1] 강의주제: STP 전략	주교재 7장 및 P P T
	2	2] 강의목표: 시장세분화, 표적시장선택 및 포지셔닝	
	3	3] 강의세부내용: ① 시장세분화의 기준과 변수 ② 표적시장의 평가와 선택 ③ 포지셔닝과 경쟁우위	
	4	4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)	
제 8 주	1	중 간 고 사	강의내용을 중심으로 객관식 문제출제(각 1점 30문항, 30점)
	2		
	3		
	4		
제 9 주	1	1] 강의주제: 브랜드와 마케팅 커뮤니케이션	주교재 8,9장 및 P P T 과제2 : 펫 시장에서 판매되는 상품콘셉트(concept) 비교하기
	2	2] 강의목표: 브랜드 자산과 IMC의 활용과 개발	
	3	3] 강의세부내용: ① 브랜드의 개념과 개발방법 ② 브랜드의 자산화 및 관리 ③ IMC의 정의	
	4	④ IMC 커뮤니케이션의 수단 4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)	
제 10 주	1	1] 강의주제: 마케팅 믹스	주교재 10장 및 P P T
	2	2] 강의목표: 마케팅 믹스 전략	
	3	3] 강의세부내용: ① 포지셔닝과 마케팅 믹스 ② 마케팅 믹스의 유형 ③ 마케팅 믹스의 개발과 실천 전략	
	4	4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)	
제 11 주	1	1] 강의주제: 시장진입 시기에 따른 마케팅전략	주교재 11장 및 P P T
	2	2] 강의목표: 선발 및 후발주자의 마케팅전략	
	3	3] 강의세부내용: ① 경쟁전략의 의미와 필요성 ② 선발기업의 경쟁전략 ③ 후발기업의 경쟁전략	
	4	4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)	
제 12 주	1	1] 강의주제: 경쟁대응 형태와 전략	주교재 12장 및 P P T
	2	2] 강의목표: 경쟁에서 이기기 위한 마케팅 전략	
	3	3] 강의세부내용: ① 공격전략 & 대응전략 ② 억제전략 및 기타 경쟁전략	
	4	4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)	
제 13 주	1	1] 강의주제: 고객 관계관리	주교재 13장 및 P P T
	2	2] 강의목표: 고객 관계관리를 위한 마케팅 3] 강의세부내용:	

	3	① 고객 관계관리의 이해	※ 2차 과제마감 (2017.11.26. 24:00)
	4	② 고객 관계관리의 확장 ③ 고객 관계관리의 실행과 모델 4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)	
제 14 주	1	1] 강의주제: 마케팅환경론	주교재14,15장 및 P P T
	2	2] 강의목표: 환경변화와 마케팅	
	3	3] 강의세부내용: ① 디지털 시대의 마케팅 전략	
	4	② 글로벌 시대의 마케팅 전략 ③ 마케팅 전략의 특수문제 4] 수업방법 : 강의 및 토론 (질의/응답)	
제 15 주	1	기 말 고 사	강의내용을 중심으로 객관식 문제출제(각 1점 30문항, 30점)
	2		
	3		
	4		

5. 성적평가 방법

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

6. 수업 방법(강의, 토론, 실습 등)

강의와 특정 주제에 대한 토론을 병행
강의 - 교재를 통한 이론 강의, 질의 및 응답
토론 - 주제에 대한 찬반토론, 조별토론, 토론 후 피드백
실습 - 개별 실습, 주제별 TOPIC을 선택하여 발표하도록 함

7. 수업에 특별히 참고하여야 할 사항

교재 위주의 수업과 주제별 TOPIC 선택한 후 발표와 토론을 위주로 진행할 계획이므로 강의시간에
필히 교재 지참과 해당 TOPIC별 기사, 자료를 사전에 준비함

과제1 : 성공적인 마케팅 사례조사 (10점)

과제2 : 펫 시장에서 판매되는 상품컨셉트(concept) 비교하기 (10점)

8. 문제해결 방법(실험·실습 등의 학습과정의 경우에 작성)

- 교과목 진행 후 개인별로 마케팅부문에 TOPIC을 선택한 후 사례를 조사와 분석을 통하여 최근의
마케팅 Trend를 확인하고 발표함으로써 정보공유와 교환을 주된 목적으로 진행함
-Topic은 강의주제와 관련하여 사전에 제시하며, 수강생들은 국내외 정기간행물이나 학술논문집에서
주제와 관련된 자료를 참고하고 개인별 조사와 분석을 통해서 제출하고 발표함