

# 시 장 조 사 론 강 의 계 획 서

## 1. 강의 목표 및 개요

강의 목표	<ol style="list-style-type: none"> <li>1) 시장(마케팅)조사의 기본개념을 설명할 수 있다.</li> <li>2) 시장(마케팅)조사계획을 수립하고 설명할 수 있다.</li> <li>3) 시장(마케팅)조사 종류를 설명할 수 있다.</li> <li>4) 자료 수집을 설명할 수 있다.</li> <li>5) 자료를 분석하여 보고서를 작성할 수 있다.</li> </ol>
강의 개요	<p>시장조사론은 시장의 구조와 수급을 이해하기 위한 시장조사, 수요예측, 자료수집 및 기초자료 분석에 관련된 기법의 사용과 응용을 다루는 과목이다. 또한 마케팅 의사결정에 필요한 자료를 수집하여 분석하는 유형, 절차와 방법을 이해하여 이를 응용할 수 있는 데 그 목적을 두고 있다. 구체적으로 시장조사 및 분석의 범위와 적용, 과학적 조사방법, 경영에 필요한 마케팅 도구의 실질적 적용, 판매 분석, 시장동향 및 소비자 조사, 조사 및 효과 측정, 설문지작성방법, 통계조사방법, 그리고 조사보고서의 작성을 통하여 경영정책수립에의 이용 등에 적용할 수 있다. 더불어 사례를 통해 실제 조사기법을 적용하여 시장조사에 대한 이해가 깊어질 수 있다. 본 과목을 통해 시장조사론의 주요 개념, 기능 및 관리기법의 이해가 가능하도록 하여 마케팅 조사 능력을 배양할 수 있도록 한다.</p>
강의 키워드	시장조사, 수요예측, 자료수집, 자료분석

## 2. 강의 주제 및 내용

주차	차시	주제	내용
1	1	마케팅조사의 정의 및 영역	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 마케팅조사의 의의</li> <li>2. 마케팅조사의 정의</li> <li>3. 마케팅조사 방법론의 발전</li> </ol>
	2	마케팅조사의 개관 I	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 마케팅조사의 영역</li> </ol>
	3	마케팅 조사의 개관 II	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 우리나라의 마케팅조사</li> <li>2. 국제마케팅조사</li> </ol>
2	1	마케팅 조사의 역할	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 마케팅조사의 역할: 상황분석, 세분시장 마케팅전략, 마케팅믹스의 결정, 평가와 통제</li> <li>2. 마케팅관리과정에 따른 마케팅조사 분야</li> </ol>
	2	마케팅조사와 마케팅관리	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 마케팅조사자와 마케팅관리자의 상호관계</li> <li>2. 마케팅 오용</li> <li>3. 마케팅조사 수행시의 장애요인</li> <li>4. 마케팅조사의 지원시스템: 마케팅 정보시스템</li> </ol>
	3	마케팅조사의 지원시스템	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 마케팅정보시스템</li> <li>2. 의사결정지원시스템</li> </ol>
3	1	마케팅조사의 절차	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 문제제기</li> <li>2. 마케팅조사설계</li> <li>3. 자료수집</li> <li>4. 자료분석 및 해석·이용</li> <li>5. 보고서 작성</li> </ol>
	2	조사시행여부결정방법	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 조사시행여부결정</li> <li>2. 결정방법 비교</li> </ol>
	3	조사계획서	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 조사계획서 작성을 위한 기본사항                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 타당성 인식, 목적 규명, 획득해야 할 정보, 조사방법, 분석방법, 조사일정, 예산</li> </ul> </li> </ol>

주 차	차 시	주 제	내 용
4	1	문제 규명	1. 문제규명의 중요성 2. 의사결정문제와 조사문제 3. 조사문제 규명 시 고려할 점
	2	가설의 개념 및 설정	1. 가설의 개념 2. 가설의 유형 3. 가설의 특성
	3	필요정보	1. 인구통계학적 또는 사회경제적 정보 2. 라이프스타일 3. 개성 4. 동기 5. 지식 6. 과거행동 7. 태도와 의견 8. 행동의도
5	1	조사의 종류 및 유형	1. 탐색조사 개요 2. 탐색조사 종류
	2	기술조사의 목적	1. 기술조사의 개요 2. 기술조사 종류
	3	횡단조사 및 인과조사	1. 서베이리서치 2. 인과조사 3. 조사의 종류 요약
6	1	인과관계와 실험설계	1. 인과관계의 의미 2. 인과관계의 성립조건 3. 실험설계의 의미 4. 실험의 개념
	2	실험설계 I	1. 실험설계의 기본조건 2. 실험설계를 위한 기본요소 - 변수, 가설, 상호작용, 기본모형 등
	3	실험설계 II	1. 원시실험설계 2. 순수실험설계 3. 유사실험설계
7	1	2차자료	1. 2차자료의 개요 2. 2차자료의 종류
	2	1차자료와 의사소통방법	1. 1차자료의 개요 2. 1차자료의 수집방법 3. 의사소통방법
	3	관찰방법 및 오류	1. 관찰방법의 장단점 2. 오류
8	1	측정	1. 측정의 개념 2. 개념적 정의와 조작적 정의 3. 척도의 형태
	2	척도법	1. 단일항목측정법 2. 다항목측정법 3. 척도법 선택시 고려사항
	3	신뢰성과 타당성	1. 신뢰성 2. 타당성

주차	차시	주제	내용
9	1	설문지 작성	1. 설문지작성의 중요성 및 구성내용 2. 설문지작성의 일반적인 과정 - 필요한 정보의 결정
	2	설문지작성의 일반적인 과정 I	2. 자료수집의 방법의 결정 3. 개별항목의 내용결정 4. 응답형태의 결정
	3	설문지작성의 일반적인 과정 II	5. 개별항목의 완성 6. 질문의 순서 결정 7. 설문지의 외형 결정 8. 설문지의 사전조사 9. 설문지의 완성 10. 설문지의 코딩
10	1	표본조사와 전수조사	1. 표본조사 2. 전수조사
	2	표본설계과정 I	1. 모집단의 확정 2. 표본프레임
	3	표본설계과정 II	1. 표본추출방법 2. 표본크기의 결정
11	1	비확률표본추출방법	1. 편의표본추출법 2. 판단표본추출법 3. 할당표본추출법
	2	확률표본추출방법 I	1. 단순무작위표본추출법 2. 체계적표본추출방법 3. 층화표본추출법
	3	확률표본추출방법 II	3. 층화표본추출법 4. 군집표본추출법
12	1	분석기법의 분류	1. 분석기법의 분류기준 - 변수의 수, 분석의 성격, 척도의 종류, 집단의 수, 표본의 독립성 2. 분석기법의 분류 - 단일변량분석, 다변량분석,
	2	통계분석 I	1. 기술통계 2. 상관관계분석 3. 회귀분석 4. 분산분석 5. 판별분석
	3	통계분석 II	6. 로짓분석 7. 컨조인트분석 8. 요인분석 9. 군집분석 10. 다차원척도법 11. 구조방정식모델
13	1	보고서의 의의	1. 조사보고서의 중요성 2. 조사보고서의 요건 3. 보고서의 목적
	2	보고서 작성	1. 보고서항의 결정 2. 작성기준 3. 보고서양식의 결정 4. 도표의 이해
	3	보고서작성의 윤리 및 프레젠테이션	1. 사회전체에 대한 윤리 2. 의뢰기업에 대한 윤리 3. 프레젠테이션