

KOCW 강의계획서

교과목명*	국문	승마관광마케팅	담당교수명*	천선미 (인)	이름 영문:* Chun Sunmi
	영문	Equestrian tourism marketing	소속학과*	역량교양학부	

1. 강의 소개*

다양한 사회시스템과 변화의 물결에 맞춰 관광 및 여가 스포츠 마케팅 전략 방안을 모색해 본다.

2. 수업 목표*

1. 마케팅의 입문적 내용과 관광 및 말산업을 비롯한 여가산업의 관광마케팅 기초지식을 습득한다.
2. 마케팅 기본 요소와 관광마케팅에 필요한 관광객 행동이론 및 변수들에 대해 학습하여 통합적 마케팅 사고 역량을 함양한다.

3. 교재 및 참고자료

구분	저자	출판년도	서명	출판사	출판지
교재(편집본)					
부교재	김성혁 · 황수영	2021	신판 관광마케팅	백산출판사	
	김규배 외	2020	소비자행동론	박영사	

4. 학습목표 및 목차*

주차	강의 주제*	강의 내용 및 성취수준*	수업방식	영상시간*
1	오리엔테이션 및 마케팅 개요	수업개요 및 소개, 마케팅 개념, 관광 개념	온라인	69분
2	관광마케팅이란 무엇인가?	관광마케팅의 정의, 발달, 역사	온라인	85분
3	경영학에서 출발한 마케팅	정통 마케팅과 4차혁명시대 마케팅 콘텐츠	온라인	82분
4	소비자 행동의 이해	관광소비자의 구매의사 결정과정	온라인	83분
5	관광소비자 행동의 이해	관광소비자의 학습과 기억	온라인	89분
6	관광소비자 행동 이론1	관광소비자의 태도 분석(다속성태도 모델, 합리적 행동 모델)	온라인	80분
7	관광소비자 행동 이론2	관광소비자의 태도 분석- 확장된 계획 행동 모델	온라인	148분
8		중간고사	온라인	
9	관광소비자 행동 이론3	관광소비자의 관여도	온라인	69분
10	관광소비자 행동 이론 4	-관여도에 따른 마케팅전략, -관여도와 관련된 정교화가능성 태도 모델, -사회화에 따른 소비패턴	온라인	60분
11	관광소비자 행동 관련 변수1	-성장과정, 배경, 자아형성과정 등에 따른 소비패턴, 수단-목적 사슬이론, 관광마케팅의 특징	온라인	57분
12	관광소비자 행동 관련 변수2	동기- 동기부여 소비자 행동에 영향을 미치는 주요 동기 및 마케팅 전략	온라인	80분
13	관광소비자 행동 관련 변수3	감정, 소비자 행동에 영향을 미치는 주요 감정, 감정의 마케팅 적용 및 주의사항	온라인	54분
14	현대 마케팅개념과 여가산업의 적용	현대 마케팅의 구성요소와 이에 따른 말산업 통합마케팅 전략 제안	온라인	130분
15		기말고사	온라인	