

강의계획서

교과목코드		교과목명	(국문)	마케팅조사
개설학기			(영문)	Marketing Research
분반번호	A01			
개설학과(부)/전공 및 학년		교과목인증(인증유형-인증등급)		
이수구분	전공선택	강의실		
학점(이론-실습)	3	시간표(요일-교시)		

담당교수		담당조교	
이름	허정	이름	
연구실		연구실	
이메일		이메일	
전화번호		전화번호	
상담시간		상담시간	

강좌구성				선이수과목	
이론	실험·실습	설계	계		
70	30	0	100		

강의목표	<p>본 과목은 다양한 기업 및 조직의 마케팅 관련 경영의사결정에 필요한 정보를 제공하기 위하여 자료를 수집하고 분석하는 절차와 방법을 습득하는 데 그 목적이 있다. 먼저 마케팅조사 문제를 정의하고 이를 해결하기 위한 조사방법에 대해 학습하고 어떠한 통계적 절차와 검정방법을 통해 의사결정에 활용하는지를 학습한다.</p>
-------------	---

핵심역량 (대표역량)	대표역량	우리대학 6대 핵심 역량					
		B	R	I	G	H	T
	창의융합역량	전문지식탐구역량	의사소통역량	세계시민의식역량	자기성찰역량	도전역량	
	창의융합역량	60	0	20	0	0	20

교과목 특징	①산학연계형	②융합(전공자체)	③융합(전공간)	④융합(학부간)	⑤MOOC	⑥지역문제해결형	⑦비교과연계형	⑧웰니스	⑨융합(교양)	⑩PBL	⑪기타

수업 운영 방법	강의	토의/토론	실험·실습	현장학습	자체교재MOOC	PBL	
	√	√				√	
	캡스톤디자인(설)	플립드러닝	팀티칭	발표	기타		
		√		√			

과제물	PBL(Problem-Based Learning) 방식의 마케팅조사 기반 팀별 프로젝트(출석: 온라인, 오프라인, 과제: 퀴즈 3회, 중간평가: 중간발표 및 2회의 팀별 프로젝트 제안서, 기말평가: 기말발표 및 2회의 팀별 프로젝트 보고서)					
------------	--	--	--	--	--	--

교재 및 참고자료	주교재	마케팅조사
	부교재	마케팅조사원론, 쉽게 배우는 SPSS 자료분석

성적 평가 방법	출석	중간평가	기말평가	과제	기타	계
	10	30	30	30	0	100

- 주별 강의 일정

주차	수업 내용	참고사항/과제물
1주차	마케팅조사의 역할, 마케팅조사의 절차	1차 프로젝트(문제의 발견)
2주차	의사결정문제의 정의, 조사목적의 설정	1차 프로젝트(문제의 발견)
3주차	조사설계, 조사설계의 유형	1차 퀴즈
4주차	2차 자료, 정성조사	2차 프로젝트(면접조사)

5주차	설문조사법, 관찰법	2차 프로젝트(면접조사)
6주차	실험법과 타당성, 실험 설계의 유형	2차 프로젝트(면접조사)
7주차	측정, 척도개발, 표본 추출방법	2차 퀴즈
8주차	중간발표	
9주차	기초통계, 집단 간 차이 분석	3차 프로젝트(설문지 작성)
10주차	교차분석: 독립성, 적합도, 동일성 검정	3차 프로젝트(설문지 작성)
11주차	분산분석 (일원, 이원)	4차 프로젝트(통계분석)
12주차	상관분석, 단순회귀분석	4차 프로젝트(통계분석)
13주차	다중상관분석, 다중회귀분석	4차 프로젝트(통계분석)
14주차	다차원척도법, 컨조인트분석	3차 퀴즈
15주차	기말발표	