

※장애학생 등의 수강안내

신체적/기타의 어려움으로 강의실 이동, 수강, 과제 시험 등에 조정이 필요한 경우 언제든지 담당교수와 협의하여 주시기 바랍니다.

수업계획서

학과 : 경영학부

2024 학년도 1 학기

교과목명	<국문> 마케팅의이해		담당교수		황지현(223001)				
	<영문> Understanding of Marketing		연락처						
교과코드	31603A		전자우편						
이수구분	제1기분		학점체계 (학점-이론-실습)		3-3-0				
수강대상	경영학부		선수/후수과목		(선수) 없음 (후수) 없음				
수업방법	수업방식	대면	원격(사이버)	원격(실시간)	블렌디드러닝	플립드러닝	ActiveLearning		
		○							
	강의평가유형	이론							
사용기자재	판서	OHP	슬라이드	차트	비디오	오디오	컴퓨터	프로젝트	실물
1. 교과목 개요									
<p>어떤 기업이든, 기업이 경영되는 한, 마케팅에 대한 수요, 마케팅을 잘하는 인재에 대한 수요는 항상 존재합니다. 같은 제품과 서비스라 하더라도, 어떻게 마케팅을 하느냐에 따라 기업이 목표한 성과가 크게 달라지기 때문이죠(여러분도 이미 주변에서 너무나 흔히, 성공한 마케팅 사례들을 접하고 있어요. 뽕빵이.. 명품삼 오픈런.. 맛집웨이팅 등등).</p> <p>본 과목에서는 한 학기에 걸쳐 마케팅의 기초 개념, 마케팅을 위한 사고와 접근법, 실제 마케터가 가져야할 실무 역량에 대해 빈틈없이 알려줄 예정입니다. 그리고, 실제 예비 마케터가 되어 마케팅 조사, 전략 수립까지 해보는 기회를 갖게 됩니다. 저와 함께 이 시대의 진정한 마케터로 즐겨 보시죠.</p>									
2. 수강에 필요한 예비지식									
<ul style="list-style-type: none"> - 요즘 사람들이 무슨 활동, 단어에 열광하는지에 대한 "관심" 한 스펙 - 요즘 사람들이 무엇에, 언제, 어떻게 하면? 주구장창 돈 쓰는지 대한 "관심" 한 스펙 									
3. 학생이 달성해야 할 학습목표									
<ul style="list-style-type: none"> - 나는 요즘 소비자들이 무엇(What)을 좋아하는지? 왜(Why)? 어떻게 하면(How)? 돈을 주고 사기까지 하는지? 에 대해 해박한 지식과 지대한 관심을 갖게 된다. - 나는 성공한, 이슈화된 마케팅 사례들을 마케팅 기초, 기본 개념에 근거하여 날카롭게 분석할 수 있다. 									

4.수업 역량			
핵심역량	정의	역량지정	역량지수 (총합 100%)
자기관리역량	생애목표 도달을 위한 계획 수립 및 자기 주도적 학습으로 목표에 도달하는 능력	보조역량	10
리더십역량	구성원의 의견을 수렴하고, 책임감·통솔력을 바탕으로 함께 업무수행을 수행하는 능력	보조역량	10
글로벌역량	세계인과 소통·화합하는 능력과 다른문화를 경험·수용하려는 태도		0
자원활용역량	정보수집 및 분석, 인적·물적자원을 활용함으로써 수행성과를 높이는 능력	주역량	30
창의적 문제해결력 역량	도전적 태도로 문제를 인식·분석하여 다양한 해결책을 찾아내는 능력	주역량	30
의사소통역량과 공감 역량	상대방을 존중하고, 주제를 정확히 대화하거나 문서로 작성하는 능력	보조역량	20

5. 평가 항목 및 방법			
평가항목 (기준)	반영 비율 (%)	만점	평가방법 및 주요 내용
출석 (15% 이상)	20	20	1회 결석 시 2점 감점, 10회 이상 결석 출미 F
수시1차	0	0	
중간고사	40	100	전반기 학습 내용에 대한 평가
수시2차	0	0	
수시추가	0	0	
기말고사	40	100	후반기 학습 내용에 대한 평가
레포트 등	0	0	
태도	0	0	
발표	0	0	
기타1	0	0	
기타2	0	0	
기타3	0	0	
기타사항			

6. 주별 강의계획(1)

주차	교육주제	단위수업 목표	단위수업 내용	비고
1	마케팅과 시장에 대한 이해	<ul style="list-style-type: none"> - 마케팅이란 무엇인가? - 마케팅적 사고 (Thinking) 이해 - 4차 산업혁명과 마케팅 이해 	<ul style="list-style-type: none"> - 마케팅, 시장의 의미 - 고객지향적, 시장지향적 사고 - 요즘 마케팅 (사례) 	
2	소비자에 대한 이해	<ul style="list-style-type: none"> - 소비자 구매행동 유형 - 소비자 구매의사결정 이해 - 고객 욕구(needs)와 수요(wants)에 대한 이해 	<ul style="list-style-type: none"> - 관여도, 소비자 구매행동 유형 - 소비자 구매의사결정 단계 - 고객의 욕구와 수요 파악 및 분석 - 요즘 마케팅 (사례) 	
3	마케팅 관리 계획	<ul style="list-style-type: none"> - 마케팅 전략과 실행에 대한 이해 - 마케팅 전략적 방향성에 대한 분류 및 이해 	<ul style="list-style-type: none"> - 신규고객 확보 및 기존고객유지 - 마케팅 전략과 실행 (STP+4P) - 요즘 마케팅 (사례) 	
4	마케팅 환경분석	<ul style="list-style-type: none"> - 환경요인 이해 - 환경요인 분석 	<ul style="list-style-type: none"> - (내부, 외부) 환경 요인 - 3C+FAW, SWOT 분석 - 요즘 마케팅 (사례) 	
5	시장세분화 (Segmentation)	<ul style="list-style-type: none"> - 시장세분화 이해 - 시장세분화 방법 	<ul style="list-style-type: none"> - 시장세분화 기준 - 빅데이터와 시장세분화 - 요즘 마케팅 (사례) 	
6	표적시장 선정(Targeting)	<ul style="list-style-type: none"> - 표적시장 선정 이해 - 표적시장 선정 방법 	<ul style="list-style-type: none"> - 세분시장 평가, 표적시장 선택 - 빅데이터와 표적시장 - 요즘 마케팅 (사례) 	
7	포지셔닝(Positioning)	<ul style="list-style-type: none"> - 포지셔닝 이해 - 포지셔닝 전략 유형 	<ul style="list-style-type: none"> - 포지셔닝 개념 및 유형 - 포지셔닝 맵 - 재포지셔닝 - 요즘 마케팅 (사례) 	
8	마케팅 믹스 전략 - 제품(Product) 관리	<ul style="list-style-type: none"> - 제품에 대한 이해 - 브랜드 관리 - 신제품 개발 	<ul style="list-style-type: none"> - 제품과 서비스 마케팅 - 브랜딩 - 신제품 개발과 제품수명주기 - 요즘 마케팅 (사례) 	

7. 주별 강의계획(2)				
주차	교육주제	단위수업 목표	단위수업 내용	비고
9	마케팅 믹스 전략 - 가격(Price) 관리	- 가격의 이해 - 가격결정 방법 - 가격 전략	- 가격 결정 요인 - 가격 결정 방법 분류 - 가격 전략 실행 - 요즘 마케팅 (사례)	
10	마케팅 믹스 전략 - 유통(Place) 관리	- 유통경로 이해 - 유통경로의 구조, 설계 과정 - 유통관리	- 소매상, 도매상, 플랫폼 - 채널별 유통경로의 분류 - 요즘 마케팅 (사례)	
11	마케팅 믹스 전략 - 마케팅 커뮤니케이션과 프로모션(Promotion) 관 리	- 통합적 마케팅 커뮤니케이션 이해 - 통합적 마케팅 커뮤니케이션 수단	- 통합적 마케팅 커뮤니케이션 관리 - 광고, PR, 판매촉진, 인적판매 - 요즘 마케팅 (사례)	

8. 교재 및 참고문헌					
수업교재구분	저자	출판사	책명	출판년도	ISBN
교재	김상용 외 9명	학지사	마케팅원론ABC인공지능, 빅데이터, 고객가치	2022	
교재	오세조 외 4명	박영사	고객중심과 시너지 극대화를 위한 마케팅 원론	2023	
교재	고인곤 외 5명	한빛아 카데미	최신 마케팅; 디지털 시대의 경쟁전략	2023	

9. 참여 교수별 담당시수(팀티칭 강좌에 한함)	
교수명	시수
조회된 데이터가 없습니다.	