

2014학년도
겨울학기

강 의 계 획 서

교과목명	마케팅원론	학점	3	시간	3	담당교수명	류 선 호
수강학과/학년	경영학부 외			강의시간 및 강의실		매주 월/수/금 1~4교시 경상관 B101호실	
면담시간	수업시간후			연구실 또는 연락처			
E-mail							
수업 목 표	기업의 생존과 성장을 위한 핵심기능이며 기업활동의 방향성과 행동원칙을 제시하는 마케팅 이론을 학부생들을 대상으로 마케팅의 기본 개념에서 시작하여 현대 기업경영과 마케팅원리, 마케팅환경 분석과 마케팅 기회, 마케팅전략 체계, 마케팅 믹스의 기획과 관리 및 마케팅사고의 확장에 대하여 학습하고 이해하는 것을 목적으로 한다. 아울러 이를 바탕으로 마케팅 성공 사례를 팀별로 조사하여 발표하기로 한다,						
수업 방법	이론 강의 및 팀별 과제물 발표/토의						
평가 방법	중간고사-30%. 기말고사-40%, 팀별 과제물 제출 및 발표-20%, 출석-10%						
교 재	이수동 외 3인, 전사적 관점의 마케팅(2011), 제3판, 학현사						
부교재	안광호 외 2인, 마케팅원론(2012), 제5판, 학현사						
참고서	Kotler/Armstrong, Principles of Marketing(2011), 14th Edition, PEARSON						
과 제 제 목							비 고
마케팅전략 사례 조사 발표(사례조사 회사 지정/팀별)							

주별강의계획표

주	월 / 일	수업내용	과제/기타
1	12/22 ~ 12/22	오리엔테이션	
2	12/24 ~ 12/24	1장)마케팅과 고객만족경영 / 2장)브랜드 파워 구축과 체계적 마케팅관리	매주 월/수/금요일 팀별(1팀) 과제 발표
3	12/26 ~ 12/26	3장)거시환경과 산업환경의 분석 / 4장)경쟁사와 자사분석	“
4	12/29 ~ 12/29	5장)소비자행동의 이해와 고객분석	“
5	12/31 ~ 12/31	6장)마케팅조사와 마케팅정보시스템	“
6	1/2 ~ 1/2	7장)시장세분화와 목표시장 선정 / 중간고사	
7	1/5 ~ 1/5	8장)차별화와 포지셔닝 / 9장)마케팅 전략수립	“
8	1/7 ~ 1/7	10장)제품기획 및 관리	“
9	1/9 ~ 1/9	11장)가격기획 및 관리	“
10	1/12 ~ 1/12	12장)유통기획 및 관리	“
11	1/14 ~ 1/14	13장)촉진기획 및 관리	“
12	1/16 ~ 1/16	기말고사	
13	~		
14	~		
15	~		
16	~		