

# 2015년 1학기 수업계획서

닫기 출력

## 교과목

과목명	마케팅원론	학수번호	164248	분 반	02
교재명	On & Off line 마케팅(김진병, 이선수 외 편역, 14판, 한경사, 2011)				
이수구분	기전	학점	3.0	시간	이론 : 3.00 실습 : 0.00
주 수강대상		강의요일/시간	월3화34	강의실	경상412(406강의실)

## 담당교수

성명	구순이	소속	경영대학 경영학부	연구실	
전화		휴대폰		E-mail	
면담가능요일·시간					

## 교과목기본정보

선수과목 또는 선수학습	
교과목의 성격	<p>* 제품을 생산하는 제조기업의 마케팅에 대한 이론과 실제를 학습하고자 함</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 마케팅의 기본적 개념 및 활용</li> <li>- 기업의 가치창출을 위한 핵심기능으로서의 마케팅</li> <li>- 급변하는 기업환경에 대한 이해 및 그 영향</li> <li>- 고객의 욕구를 충족시키기 위한 마케팅믹스 요인인 제품, 가격, 경로, 촉진 등의 효율적 활용</li> </ul>
교과수업 주요목표	<p>* 마케팅이 무엇인가에 대한 이해와 이를 실제 기업현장에서 어떻게 수행해야 하는지에 대해 학습하고자 함.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 마케팅에 대한 기본적인 전문지식의 학습(30%)</li> <li>- 기업경영자나 마케팅관리자로서의 마케팅 응용능력의 배양(30%)</li> <li>- 기업현장에서 발생하는 마케팅 윤리의 탐구(10%)</li> <li>- 전략적 마케팅계획 수립과정에서 의사결정 능력의 배양(10%)</li> <li>- 시장과 경쟁에 대한 이해를 통한 소비자지향적 감각의 양성(10%)</li> <li>- 팀별 프로젝트를 수행하면서 의사소통 및 팀워크 능력의 고양(10%)</li> </ul>

### ■ 활용기자재

판서	유인물	TV·비디오	LCD프로젝트	OHP	컴퓨터 노트북	전자판서 시스템
<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

### ■ 성적평가 방법(%)

중간/기말고사		과제 및 예습				
중간고사	기말고사	출석	과제물	발표	학습태도	수시고사
30%	30%	10%	10%	10%	10%	0%

### ■ 수업방법

강의식	토론식	세미나식	실험실습식	인터넷전용	인터넷병행	기타
<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

참고도서	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 로버트 하틀리, 장대련, 마케팅 서바이벌, 명인문화사, 2011.</li> <li>- 박영숙 외, 유엔미래보고서 2040, 교보문고, 2013.</li> <li>- 윤훈현 역, 지속가능성 마케팅, (주)지필미디어, 2011.</li> <li>- 안진환 역, 포지셔닝, 잭 트라우트 외 저, 을유문화사, 2002.</li> </ul>
과제물	<p>1. 개인과제 : 광고스크랩 및 평가(4월 27일 제출)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 마케팅 관점에서 평가할 것</li> <li>- 방법은 수업시간에 설명해드리겠습니다.</li> </ul> <p>2. 팀발표(팀과제) : 사례연구</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 제조기업의 마케팅 성공 또는 실패에 대한 사례연구</li> <li>- 마케팅 전략적 생각의 틀을 이용할 것</li> <li>- 사례연구방법은 수업시간에 설명해드리겠습니다.</li> </ul>

### ■ 주별강의계획

제 1 주	제1장 마케팅이란?
제 2 주	제2장 마케팅환경의 역동성
제 3 주	제3장 마케팅 전략계획 제4장 마케팅 실행과 평가
제 4 주	제5장 소비자 시장과 구매행동

제 5 주	제6장 시장세분화, 표적시장 선정, 포지셔닝
제 6 주	제7장 마케팅 조사와 시장정보
제 7 주	제8장 제품계획과 개발 제9장 제품믹스전략
제 8 주	중간고사
제 9 주	제10장 브랜드, 패키징, 기타 제품 특성요소 제11장 서비스마케팅
제 10 주	제12장 가격결정 제13장 가격전략
제 11 주	제14장 유통경로
제 12 주	제15장 소매업 제16장 도매업과 물적유통
제 13 주	제17장 통합적 마케팅커뮤니케이션 제18장 인적판매 및 판매관리
제 14 주	제19장 광고, 판매촉진, 공중관계
제 15 주	팀별 프로젝트 발표
제 16 주	기말고사