


강 의 계 획 서		년 도	2016
		학 기	1
교 과 목 명	마케팅원론	담 당 교 수	이우채
1. 강의개설 목 적	<p>* 우선 이해하기 쉽게, 재미있게 설명한다.</p> <p>우리는 아침부터 잠들기 전까지 제품을 사용하면서 살고 있다. 이러한 제품들은 특정시장(국가)에서 생산된 것이 아니라 전 세계에서 생산된 제품들이 모든 시장에서 경쟁을 하면서 소비자들을 만나고 있다. 즉 경쟁이 격화되고 환경이 빠르게 변화하는 요즘, 기업들은 생존을 위하여 소비자들의 다양한 욕구에 맞는 제품을 공급하려고 노력하고 있다.</p> <p>이처럼 현대기업에서 가장 필요로 하는 것은 마케팅이라고 할 수 있다. 이 수업에서는 마케팅을 처음 배우는 학생들에게 꼭 필요한 마케팅의 기초지식을 풍부한 사례를 통해 재미있고도 쉽게 배울 수 있다.</p>		
2. 강좌운영 목 표	<p>* 경쟁이 치열한 현대사회에 있어서 마케팅의 중요성은 더욱 더 부각되고 있다.</p> <p>과거의 마케팅은 판매와 광고를 통해 자사의 이익을 극대화 시키는 것이었다. 때문에 과거의 마케팅 정의는 단지 판매하는 것이었다. 그러나 현대마케팅 개념은 크게 달라졌다.</p> <p>현재의 마케팅은 마케팅 믹스를 효율적으로 통합하여 고객의 만족을 극대화 시키는 데에 그 목적을 두고 있다. 마케팅 믹스란 일반적으로 4P라고 하는데 이는 각각 제품, 가격, 유통, 촉진을 일컫는다. 기업은 고객이 선호하는 제품을 파악하고 제품의 재고 회전율에 맞추어 가격 탄력성을 지닐 수 있다. 또한 세일뿐만 아니라 경품 및 사은 행사를 할 수 있으며 회사의 새로운 지점을 개설하여 고객을 만족 시킬 수 있다.</p>		
3. 교 재 가. 주교재 (저자, 출판사) 나. 참고도서 (저자, 출판사)	<p>주교재 : 이우채, NewMarketing, 도서출판 강남, 초판, 2016.2</p> <p>- 인사관 4층 복사실에서 구매</p>		
4. 강좌(수업) 운영방법	<p>시청각 교육 및 자료제공(홈페이지에서 제공)</p>		
5. 장애학생 수업 지원안내			
6. 평가방법			

7. 강좌 내용 (1주 ~8주)

주별	강 의 내 용	강의방식/이용기자재	과제물	비고
1	(~ p.26) 제1장 마케팅의 이해	1. 가상대학의 경우 : 시청각 교육 2. 교실수업의 경우 : 교과서 정리 및 시청각교육	리포트 + 퀴즈 : 30~10 % 1.가상대학의 경우 : 공지사항 참조 2.교실수업의 경우 : 리포트 주제는 수업 중 제시	학생들의 이해도를 높이기 위해서 교과서 이외의 내용도 수업에 많이 포함됨
2	(~ p.61) 4. 마케팅 관리철학의 발전단계 / 39			
3	(~ p.101) 5. 마케팅의 종류와 소비자 등장 / 61			
4	(~ p.128) 제2장 마케팅의 전략수립 102 1. 마케팅전략계획 / 102 2. 사업부 포트폴리오 분석 / 119			
5	(~ p.159) 제3장 시장세분화와 표적시장전략 143 1. 시장세분화의 이해 / 143 2. 시장세분화의 분류 / 151			
6	(~ p.206) 3. 시장세분화의 비용 / 181 4. 표적시장과 시장진출 / 183 5. 포지셔닝 전략 / 187			
7	(~ p.256) 제4장 마케팅환경 분석 207 제5장 마케팅조사 238			
8	중간고사			

7. 강좌 내용 (9주 ~ 16주)

주별	강 의 내 용	강의방식/이용기자재	과제물	비고
9	(~ p.316) 제6장 제품전략의 이해 259 제7장 상표와 포장전략 288			
10	(~ p.377) 2. 상표화와 상표주체의 결정 / 317 3. 상표전략 / 327 4. 포장전략 / 339 제8장 서비스 351 제9장 제품수명주기곡선과 신제품개발전략 358			
11	(~ p.466) 제10장 촉진전략 399 제11장 광고전략 437			
12	(~ p.552) 제12장 판매촉진전략 467 제13장 인적판매·홍보전략 501			
13	(~ p.630) 제14장 유통전략 525 제15장 소매상과 도매상 553			
14	(~ p.689) 3. 물적유통 관리 / 630 제16장 가격전략 651			
15	기말고사			
16				