

수업계획서

1. 교과목

교과목 주수강대상	과목명	광고마케팅론						
	영문명	Marketing Communication						
	교재명	마케팅원론 6판(2014), 안광호 등, 학현사						
	과목번호	106869-00	교과구분	전공선택	학점	3	시수	3
	주수강대상	2학년 전공학생들			평가구분	상대평가(캡스톤과목)		
	강의시간강의실	종합강의동 A9-106						
담당교수	성명	장택원	영문명	Chang, Taeg won				
	소속	언론광고학부 광고홍보전공						
	비고							

2. 교과목개요

본 과목은 광고홍보 전공학생들이 광고의 기초가 되는 광고 마케팅 과목에 대해서 이론적인 틀과 사례를 중심으로 연구하고 학습하는 과목이다. 본 과목은 광고마케팅의 마케팅 관리, 마케팅 환경, 시장세분화, 시장표적화, 시장 포지셔닝 및 신제품 개발과 제품수명주기 전략, 제품가격결정 등 광고를 이해하기 위해 필요한 마케팅 개념들을 소개한다. 또한 사례 연구를 통해 개념의 이해를 돕도록한다

3. 교수 목표

본 과목을 통해 광고/홍보의 기초가 되는 마케팅의 기본 개념들을 학습하고 이 개념들을 바탕으로 사례들을 살펴보고 학생들이 직접 그 사례들을 찾아 개념과 연결시키는 작업을 할 수 있도록 한다. 이 과목을 통해서 학생들이 광고의 틀이 되고 전략의 틀이 되는 마케팅개념들을 습득할 수 있도록 한다.

4. 수업방법

1	강의
2	발표
3	팀프로젝트
4	토의 및 토론
5	시청각

5. 사용기자재

1	PC
2	빔프로젝터
3	비디오, 오디오
4	전자칠판
5	

6. 학습평가방법

1	중간시험 20%
2	기말시험 20%
3	출석 10%
4	과제(팀) 20%
5	수업태도 10%
6	발표 10%
7	기타(개인과제) 10%

7. 대가 참인재 세부역량

인성	책임감과 리더십(10%)
창의성	전공전문성(40%), 현장적응능력(30%)
공동체성	소통과 협동(20%)

8. Book Review

NO	도 서 명	저 자 명	출 판 사	출판년도	비고(ISBN)
1	나는 광고로 세상을 움직였다	데이비드 오길비	다산북스	2012	8963707709
2	포지셔닝	잭트라우트, 앨리스	을유문화사	2006	8932471134
3	데이비드 아커의 브랜드경영	데이비드 아커	비즈니스 북스	2003	8995274522
4	마케팅 전쟁	알리스, 잭트라우트	비즈니스 북스	2006	9788991204218
5	마케팅 반란	로라 리스	청림출판	2003	8935205117

9. 참고도서

NO	도 서 명	저 자 명	출 판 사	출판년도	비고(ISBN)
1	Introduction to Marketing	Adrian Palmer	Oxford University Press	2004	0199266271
2	마케팅 A to Z	Philip Kotler	세종연구원	2003	89-86698-55-2
3	마케팅불변의 법칙	알리스 외	십일월출판사	1994	8985172247

10. 주별수업계획서

주 차	내 용
제1주	제 1주 과목소개 및 강의 방법, 평가 등에 대한 소개 광고마케팅의 필요성 강의
제2주	제1부, 마케팅의 전반적 이해 제1장 마케팅 개념의 이해 1. 마케팅의 정의 2. 마케팅 관리 철학의 발전 3. 마케팅의 중요서오가 적용범위 4. 마케팅 기능과 마케팅 관리
제3주	제2장 전략적 마케팅 계획 1. 전략적 마케팅계획 2. 제품 수준에서의 마케팅
제4주	제2부 마케팅기획의 분석 제3장 마케팅환경분석 1. 내적환경요인 2. 외적 환경요인 제4장 마케팅정보시스템과 마케팅 조사 1. 마케팅정보 시스템 2. 마케팅 조사
제5주	제5장 소비자 및 산업재 구매 행동의 이해 1. 소비자 구매행동의 유형 2. 구매의사결저오가정 3. 구매의사결정에 영향을 미치는 요인들 STP 사례 발표 * 포지셔닝 과제
제6주	제6장 시장 세분화, 표적시장 선택 및 포지셔닝 1. 시장 세분화 2. 표적시장 선택 3. 포지셔닝
제7주	제6장 시장 세분화, 표적시장 선택 및 포지셔닝(계속) 1. 시장 세분화 2. 표적시장 선택 3. 포지셔닝
제8주	중간시험

주 차	내 용
제9주	제4부 마케팅 믹스의 개발 및 관리 제7장 제품관리 1. 제품의 개념과 구성 요소 2. 제품의 분류 3. 제품의사결정
제10주	제8장 브랜드 자산의 개념 및 관리 1. 브랜드 자산의 의미와 중요성 2. 브랜드 자산의 체계적 관리 3. 강력한 상표의 활용 방안 - 상표확장전략 * 브랜드에 대한 사례 발표
제11주	제9장 신제품 개발과 제품 수명주기 관리 1. 신제품 개발 2. 제품 수명 주기 관리 * 과제 제출 및 사례 발표
제12주	제10장 촉진 전략 1. 마케팅 커뮤니케이션 과정 2. 촉진예산 결정 3. 촉진믹스의 결정 제11장 촉진의 수단들 : 광고, PR 1. 광고 2. PR 제12장 촉진의 수단들 : 판매촉진, 인적 판매 1. 판매촉진 2. 인적 판매 * 마케팅 반란
제13주	제5부 마케팅 영역의 확장 제16장 서비스 마케팅과 비영리 마케팅 1. 서비스 마케팅 2. 비영리 마케팅 제17장 인터넷 마케팅 1. 인터넷 마케팅의 정의와 전략적 중요성 2. 인터넷마케팅의 이점 3. 인터넷마케팅의 유형 4. 인터넷마케팅 전략의 수립
제14주	조별 발표: 마케팅 사례에 대해서 조별로 연구하고 발표 조별로 마케팅 사례를 연구하여 발표 학생들이 한 학기 동안 학습한 내용을 실제 사례를 통해 연구하고 발표
제15주	공휴일 보강 기간
제16주	기말시험