

2016 학년도 2학기 강의계획서

강좌명		교감사명	정남호 ( 호텔경영학과 )
학수번호-분반	HOSPI250302	연구실	본관 515호
이수구분	전공필수	연락처	
개설학과	Hospitality경영학부		
학점	3	이메일	
강의시간 강의실	정남호 월10:30-11:45 (호403) 정남호 수10:30-11:45 (호403)	홈페이지	
면담시간	Anytime OK!		

**수업개요**  
 The noted business guru, Peter Drucker, stated "...marketing is the core and focal point of all successful business". "Brand You" principles of marketing introduces students to the concept that branding—creating customer value and satisfaction is the core of a successful business enterprise. In fact, today's business has two prime objectives—delivery of customer satisfaction and innovation, the practical extension of invention. This course is about mastering today's business and life skills in a "market driven", customer oriented world. Nearly all the material presented is applicable to today's society and its members.

**수업 목표**  
 During the marketing course, you will study key management concepts that can enhance your ability to perform critical business related thinking and business decision making. Through this course and upon its successful completion, you will be able to:

1. Apply marketing vocabulary, theory and concepts toward understanding and successfully addressing managerial business problems.
2. Analyze in written and oral presentation form, basic marketing principles related to specific business case situations.
3. Understand and identify marketing opportunities and how marketing concepts and tools can be applied to achieve organizational objectives.
4. Appreciate how marketing can enhance communication between people and increase customer satisfaction while generating an acceptable return on investment.

수업유형	이론	실험/실습	실기	ABEEK설계	현장학습	캡스톤디자인	기타
	80%	0%	10%	0%	0%	0%	10%
세부 수업유형							

수업진행	토의/토론	특강/세미나	팀별발표	개별발표	시청각	온라인강의	KLAS활용
	○	○	○	○	○		○
	PBL/CBL	이론	실험/실습	유인물	견학/현장강의	기타	
세부 수업진행 ★ 교재는 원서이지만, 과제 및 강의는 한글로 진행되는 수업임.							

평가방법	중간고사	기말고사	과제보고서	발표	실험/실습	출석	기타
	25%	25%	20%	10%	0%	20%	0%
세부 평가방법 ★ 중간고사, 기말고사 외 팀 프로젝트 있음.							

**Key Word**

교재구분	서명	저자명	출판사	출판년도	비고
주교재	1 Principles of Marketing (16th edition) edition)	Philip Kotler & Gary Armstrong	Pearson	2016	9780273752431
	2				
	3				
부교재 및 참고자료	1				
	2				
	3				

주별강의내용	강의내용	세부
1주	Introduction to the Course & Syllabus	
2주	Chapter 1. Marketing: Creating and Capturing Customer Value	
3주	Chapter 2. Company and Marketing Strategy: Partnering to Build Customer Relationships	
4주	Chapter 3. Analyzing the Marketing Environment	
5주	Chapter 4. Managing Marketing Information to Gain Customer Insights	
6주	Chapter 5. Consumer Markets and Consumer Buyer Behavior (1)	
7주	Chapter 5. Consumer Markets and Consumer Buyer Behavior (2)	
8주	Mid-term examination	
9주	* 4P (Product) Chapter 8. Products, Services, and Brands: Building Customer Value	
10주	Chapter 7. Customer-Driven Marketing Strategy: Creating Value for Target Customers	
11주	Chapter 9. Developing New Products and Managing the Product Life Cycle (1)	
12주	Chapter 9. Developing New Products and Managing the Product Life Cycle (2)	
13주	* 4P (Price) Chapter 10. Pricing Strategies: Understanding and Capturing Customer Value	
14주	* 4P (Place) Chapter 12. Marketing Channels: Delivering Customer Value	
15주	* 4P (Promotion) Chapter 14. Communicating Customer Value	
16주	Final examination	
과제	Assignments will consist of: 1. Assignment, 2. A research report , and 3. Team project (handouts will be distributed in class).	
기타	★ 본 강의는 한국어 강의이나 교재 및 시험문제 등은 영문으로 진행됨을 참조하기 바람 (과제는 한국어 제출임). ★ 사전 또는 중도 취업을 이유로 수업에 열심이 참석하는 것이 어려운 학생은 교칙상 배려할 수 없음. ★ 본 과목 수강시 결석이 10회 이상되면 F 처리함. (지각 2회는 1회 결석으로 처리함에 유의) ★ 지식경영학회 참석시 결석 1회 감면쿠폰 제공.	
장애 학생 지원 내용	본 과목을 수강하는 장애학생은 수업에 필요한 별도의 지원이 필요한 경우,담당 교강사 및 장애학생지원센터(서울 02-961-2104~5, 국제 031-201-3460~1)로 필요한 사항을 요청하기 바랍니다.	