

# 강 의 계 획 서 (Syllabus)

2016학년도2학기

## \* 강의과목

교과목명 (Course Name)	마케팅원론		언어 (Language)
	Theory of Marketing		한국어
과목번호-분반 (Course No.-Class)	GT10003-003	개설학과 (Establish)	글로벌관광경영학과
학점/이론/실형 (Credits/Theory/Practice)	3/3/0	요일/강의시간/강의실 (Day/Time/Classroom)	금 10:00-10:50(제1캠퍼스 에벤관-6070) 금 11:00-11:50(제1캠퍼스 에벤관-6070) 금 12:00-12:50(제1캠퍼스 에벤관-6070)
수강대상 (Major)			

## \* 담당교수(Professor)

교수명 (Name)	소속 (Department)	직위 (Position)	연락처 (Personal)	공개전화번호 (Office Number)	이메일 (E-Mail)
이정규	글로벌관광경영학과	부교수		3585	

## 1. 교과목 개요 및 교육목표(Course Description & Objective)

<p><b>1) 교육목표(Course Objective)</b></p> <p>첫째, 마케팅이 무엇인지를 정확하게 이해시켜 산업현장에서의 마케팅 능력을 제고시킨다.  둘째, 최근 업계와 연구자들이 큰 관심을 보이는 개념인 공유가치 창출과 마케팅3.0, 그리고 사회적 책임마케팅 등을 인식시킨다.  셋째, 마케팅 정보시스템과 마케팅 조사에서는 빅데이터 마케팅을 소개하여 시장트렌드와 고객욕구를 파악할 수 있게 한다.  넷째, 궁극적으로 마케팅 이론들을 기업의 마케팅 의사결정에 적용시킬 수 있는 능력을 제고시킨다.</p>
<p><b>2) 교과목 개요(Course Description)</b></p> <p>첫째, 마케팅 개념을 이해시키고, 마케팅 관리과정을 다룬다.  둘째, 마케팅환경 분석과 마케팅 조사, 마케팅 정보시스템을 다룬다.  셋째, 마케팅의 핵심이 되는 소비자행동분석과 STP분석을 다룬다.  넷째, 마케팅 믹스에 대하여 다룬다.  다섯째, 최근 이슈가 되고 있는 사이버마케팅과 국제마케팅, 서비스마케팅, 비영리마케팅을 다룬다.</p>

## 2. 강의방법 (Course Resources)

강의식 Lecture ( ✓ )	토론식 Discussion ( ✓ )	팀활동식 Team-based ( ✓ )	세미나식 Seminar ( ✓ )	실습중심 Experiment ( )
-------------------------	----------------------------	-----------------------------	--------------------------	---------------------------

## 3. 평가계획 (Grading Policy)

성취기준 ( Standard of accomplishment )	1. 각 단원별 제시되는 학습목표에 대한 이해도를 평가한다(중간 고사 및 기말고사). 2. 개인 및 팀별 부여 받은 과제에 대한 수행평가를 실시하여 평가한다(과제 및 발표 등). 3. 관광 현장에서 필수적인 의사전달 능력(발표 및 수업참여)에 대하여 평가한다 (발표 능력 및 수업참여도).	
평가방법 (Evaluation)	가중치 (Weight)	평가방법 (Method)
출석	20	
과제1	10	과제제출내용, 발표내용 등 종합평가(발표/토론/참여정도에 따라 최우수 10점, 우수 8-9점, 보통 6-5점)
과제2	10	과제제출내용, 발표내용 등 종합평가(발표/토론/참여정도에 따라 최우수 10점, 우수 8-9점, 보통 6-5점)
중간	30	지필고사(서술식, 단답형 등 종합평가)
기말	30	지필고사(서술식, 단답형 등 종합평가)
합계	100	

## 4. 주교재 및 참고도서 (Main Textbooks & References)

주교재	마케팅원론/안광호 하영원 박흥수/학현사/2016/6판/9788958533726
-----	---

## 5. 주차별 강의계획(Weekly Schedule)

주 (Week)	주차수업 주요내용 및 목표 (Theme)	교재범위 및 과제 (Progress)	비고 (Note)
1	1주차 마케팅 개념의 이해 <ul style="list-style-type: none"> <li>마케팅의 정의</li> <li>마케팅 관리철학의 발전</li> <li>마케팅의 중요성과 적용범위</li> <li>마케팅의 기능과 마케팅 관리</li> </ul>	1장 마케팅개념의 이해	강의, 토론, 멀티미디어
2	2주차 전략적 시장계획 <ul style="list-style-type: none"> <li>전략적 시장계획</li> <li>제품수준에서의 마케팅 계획</li> </ul>	2장 전략적 시장계획 <ul style="list-style-type: none"> <li>과제 1 부여</li> </ul>	강의, 토론, 멀티미디어 <ul style="list-style-type: none"> <li>과제 1 평가기준 (발표/토론/참여정도에 따라 최우수10점, 우수8-9점, 보통6-5점)</li> </ul>
3	3주차 마케팅 환경분석 <ul style="list-style-type: none"> <li>내적 환경요인</li> <li>외적 환경요인</li> </ul>	3장 마케팅 환경분석	강의, 토론, 멀티미디어, 팀활동, 세미나
4	4주차 마케팅정보시스템과 마케팅조사 <ul style="list-style-type: none"> <li>마케팅정보시스템</li> <li>마케팅조사</li> </ul>	4장 마케팅정보시스템과 마케팅조사	강의, 토론, 멀티미디어, 팀활동, 세미나
5	5주차 소비자 및 산업재 구매행동의 이해 <ul style="list-style-type: none"> <li>소비자 구매행동의 유형</li> <li>구매의사결정과정</li> <li>구매의사결정과정에 영향을 미치는 요인들</li> <li>B2B시장에서의 구매행동</li> </ul>	5장 소비자 및 산업재 구매행동의 이해	강의, 토론, 멀티미디어, 팀활동, 세미나
6	6주차 시장세분화, 표적시장, 포지셔닝 <ul style="list-style-type: none"> <li>시장세분화</li> <li>표적시장</li> <li>포지셔닝</li> </ul>	6장 시장세분화, 표적시장, 포지셔닝	강의, 토론, 멀티미디어, 팀활동, 세미나
7	7주차 제품관리 <ul style="list-style-type: none"> <li>제품의 개념과 구성요소</li> <li>제품의 분류</li> <li>제품의사결정</li> <li>서비스마케팅</li> </ul>	7주차 제품관리	강의, 토론, 멀티미디어, 팀활동, 세미나
8	8주차 중간고사	중간고사	중간고사(30점) (논술형, 단답형 등 지필고사)
9	9주차 브랜드자산의 개념 및 관리 신제품 개발과 제품수명주기 관리 <ul style="list-style-type: none"> <li>브랜드자산의 의미와 중요성</li> <li>신제품개발</li> <li>제품수명주기 관리</li> </ul>	8장 브랜드자산의 개념 및 관리 9장 신제품 개발과 제품수명주기 관리 <ul style="list-style-type: none"> <li>과제 2 부여</li> </ul>	강의, 토론 멀티미디어 <ul style="list-style-type: none"> <li>과제 2 평가기준 (발표/토론/참여정도에 따라 최우수10점, 우수8-9점, 보통6-5점)</li> </ul>
10	10주차 촉진(마케팅커뮤니케이션)전략 <ul style="list-style-type: none"> <li>마케팅 커뮤니케이션 과정</li> <li>촉진예산 결정</li> <li>촉진믹스의 결정</li> <li>통합적 마케팅 커뮤니케이션 관리</li> </ul>	10장 촉진(마케팅커뮤니케이션) 전략	강의, 토론, 멀티미디어, 팀활동, 세미나
11	11주차 촉진의 수단들(광고, PR) <ul style="list-style-type: none"> <li>광고</li> <li>PR</li> </ul>	11장 촉진의 수단들 (광고, PR)	강의, 토론, 멀티미디어, 팀활동, 세미나
12	12주차 촉진의 수단들(판매촉진, 인적판매) <ul style="list-style-type: none"> <li>판매촉진</li> <li>인적판매</li> </ul>	12장 촉진의 수단들 (판매촉진, 인적판매)	강의, 토론, 멀티미디어, 팀활동, 세미나
13	13주차 유통경로의 설계와 물적유통 소매상과 도매상 <ul style="list-style-type: none"> <li>유통경로의 설계와 물적유통</li> <li>소매상과 도매상</li> </ul>	13장 유통경로의 설계와 물적유통 14장 소매상과 도매상	강의, 토론, 멀티미디어, 팀활동, 세미나
14	14주차 가격의 결정과 관리 <ul style="list-style-type: none"> <li>가격결정 영향요인들</li> <li>가격결정의 목표</li> <li>가격결정방법</li> <li>가격전략의 실행 및 최종가격결정</li> </ul>	15장 가격의 결정과 관리	강의, 토론, 멀티미디어, 팀활동, 세미나
15	15주차 기말고사	기말고사	중간고사(30점) (논술형, 단답형 등 지필고사)