

# 2016-1학기 수업계획서(Course Outline)

년도-학기 (year -semester)	2016-1	과목명 (course name)	마케팅 Marketing		
과목번호-분반 (courseNo-classNo)	M00214 - 01	학점(강의-실습) (credit)	3학점(3-0)	ABEEK(설계학점) (Abeek credit)	
담당교수 (professor)	박주식 Park, Ju-Sik	연구실 번호 (office phone)		학부(과)사무실 (Dept. office phone)	
개설학과-학년 (department-year)	경영학전공 Management (Evening Classes)-2year			이수구분 (type of course requirement)	전필 Major Essential
E-MAIL		강좌구분 (type of lecture)	일반강좌 general lecture		
홈페이지 (Homepage)		성적평가방법(method of grade evaluation)	절대평가 / 등급 absolute evaluation		
상당시간 (Office hour)	금요일 7교시,8교시				

## 1. 교과목 개요(course description)

마케팅 개념의 출현 이후 소비자에 대한 관심이 고조되었고 이에 따라 어떠한 소비자에게 어떻게 접근하고 소비자들이 구매활동을 하게 하는 전략 및 전술이 필요하게 되었다. 이러한 기초 위에 마케팅의 모든 내용을 전체적으로 이해하고자 한다 : This course introduces the basic concepts and knowledge for marketing management and strategic thinking. Also several models are explained for understanding consumer behavior and basic marketing research concepts are introduced. Finally marketing mix variables are explained for marketing mix strategy

## 2. 교수목표(goal of instruction)

1. 본 강의를 수강하는 학생들은 강의를 들은 후 다음의 내용을 이해할 것이다 1.마케팅에 대한 명확한 개념이해
2. 마케팅개념의 생성배경 3. 마케팅활동에 영향을 미치는 환경요인 4. 마케팅 전략(S-T-P전략) 5. 마케팅 4p's 전략

## 3. 주요 학습내용 및 수업진행방법(main contents & methods of teaching)

- 교재강의
- 강의 후 이해가 불충분한 부분에 대한 질의응답
- 중요주제에 대한 사례발표(자원하는 학생대상, 보너스 점수 부여; 3-5점)

## 4. 학습 성과 평가방법(evaluation criteria)

출석 10%  
 중간 30%(구술시험, 평가기준;내용이해정도, 논리적 표현, 사례적용능력)  
 기말 40%(서술시험)  
 리포트 20%(단, 우수 리포트를 대상으로 발표기회부여, 발표조에 대해 보너스 점수 부여;3-5점)

평가항목(evaluation)	출석 (attendance)	중간고사(mid term exam)	기말고사 (final exam)	리포트 (report)	발표(presentation)	퀴즈 (quiz)	Term Project	기타 (etc.)
성적반영 비율(percentage)	10.00	30.00	40.00	20.00	0.00	0.00	0.00	0.00

## 5. 교재 및 참고 문헌(textbook & reference books)

## 6. 주별 진도계획, 학습자료 및 시험계획 (Course Schedule : weekly plan, reading materials & exam sche)

주(week No)	주별 진도 계획(weekly plan)	학습자료(reading materials)	시험계획(exam schedule)
제1주(week 1)	[주별진도(topic)] 강의소개 1. 강의방식 2. 성적평가방식 3. 교과목에 대한 개요 4. 기타사항에 대한 질의응답		
제2주(week 2)	[주별진도(topic)] 1. 마케팅 개념이해 2. 마케팅 컨셉(철학) 3. 마케팅 생성배경 4. 마케팅 관련 주요용어		
제3주(week 3)	[주별진도(topic)] 1. 경영전략과 환경분석 2. 마케팅 내부/외부환경요인		
제4주(week 4)	[주별진도(topic)] 1. 사업단위의 개념과 평가방법 2. 사업 포트폴리오 모형 소개		
제5주(week 5)	[주별진도(topic)] 마케팅 전략(S-T-P전략) 1. 시장세분화의 개념과 방법 2. 표적시장 결정방법 3. 포시셔닝의 의미와 포지셔닝 사례소개		
제6주(week 6)	[주별진도(topic)] 소비자행동에 대한 이해 1. 소비자의 이해 2. 소비자 구매의사결정 과정		
제7주(week 7)	[주별진도(topic)] 마케팅 조사방법 1. 마케팅 조사의 개념과 필요성 2. 마케팅 조사 과정 3. 마케팅 조사 사례소개		무시험 주간(No exams)

제8주(week 8)	[주별진도(topic)] 중간고사		중간고사(mid-term exam)
제9주(week 9)	[주별진도(topic)] 제품관리 1.신제품 개발과 제품수명주기 2.제품믹스의 개념과 계열결정전략		무시험 주간(No exams)
제10주(week 10)	[주별진도(topic)] 가격관리 1.가격결정 메카니즘 2.가격결정 방법 3.가격전략(가격차별, 고가, 저가 전략)		
제11주(week 11)	[주별진도(topic)] 촉진관리(1)-광고와 PR 1.커뮤니케이션 기본 모형 2.광고의 정의 및 특징 3.광고관리의 요소(표적청중, 매체선택 등)		
제12주(week 12)	[주별진도(topic)] 촉진관리(2)-판매촉진과 인적판매 1.판매촉진의 정의와 특징 2.판매촉진의 방법 3.인적판매의 특성		
제13주(week 13)	[주별진도(topic)] 유통관리 1.유통의 개념과 존재이유 2.소매상의 유형과 특징 3.유통경로의 설계 3.경로구성원간의 파워와 갈등		
제14주(week 14)	[주별진도(topic)] 가격의 결정과 관리 -가격결정에 영향을 미치는 요인 -가격결정방법		
제15주(week 15)	[주별진도(topic)] 서비스마케팅 -서비스의 정의 -서비스의 특징		무시험 주간(No exams)
제16주(week 16)	[주별진도(topic)] 기말고사		기말고사(final exam)

※ 신체 장애로 강의 수강, 과제 수행, 시험 응시 등에 어려움이 있는 학생은 소속 학부(과) 사무실 및 수강 과목 담당교수를 통하여 지원방법을 논의하시면, 도우미 지원, 강의실 또는 좌석 조정, 과제 제출일 조정, 평가방법 조정 등 필요한 조치를 받으실 수 있습니다.

관련문의 : 장애학생지원센터(학적관리팀) 052-259-1111