

이러닝 콘텐츠(KOCW) 개발 요약문

1. 콘텐츠 개발 목적 및 필요성

- 최근 제조기업의 기업구조 소프트화와 소비자의 다양한 욕구충족을 위해 적절한 기업의 영업전략에 대한 전문적 관리 필요성이 크게 증가하고 있으며 다양한 기업 조직에서 실무적인 영업전략의 중요성이 높아지고 있어 이를 바탕으로 기업의 전반적 관리 부문의 강화를 위한 필요성이 높아지고 있음
- 다양한 관점의 조직 구성원들에 대한 영업전략의 효과적인 관리를 통하여 기업의 경쟁우위 확보와 함께 보다 새로운 방식의 영업전략 등에 대한 필요성이 제기되고 있음
- 기업영업전략에 대한 이론과 실재를 체계적으로 접근하여 누구나 쉽게 이해하고 실무에 적용가능한 온라인 콘텐츠의 필요성으로 온라인 콘텐츠 개발이 요구됨

2. 개발 내용 및 방법

- 기업 영업 실무자를 중심으로 온라인 콘텐츠 자문을 요청하여 실무적인 부분의 중요성을 온라인 콘텐츠 교재내용에 반영하고 업계의 실무내용을 학생들에게 소개함
- 파워포인트, 동영상의 내용을 포함하는 기업영업전략 관련 교과목을 위한 주교재 및 보조교재 용도로 개발하여 기업과 학생들의 요구사항에 맞는 적절하고도 다양한 교수학습방법을 개발하며, 사전 수요조사를 통한 현장 실무업무에 실질적인 도움이 될 수 있도록 구성할 예정임

3. 관련교재 현황

- 주교재 : 장형섭 외(2014), 마케팅 이론과 사례(2판), 도서출판 대진
- 보조교재 : 안광호 외(2016), 시장지향적 마케팅(2판), 학현사

4. 활용방안 및 기대효과

<활용방안>

- 산업체 및 군위탁반 전공수업 과목에서 온라인 콘텐츠를 이용하여 보다 효율적인 강의를 진행하고 온라인 강의 교재로 활용할 예정임
- 대상학생은 학과 2학년 학생을 대상으로 하며 전공(이론) 3학점, 3시간 시수가 배정 예정되어 있음

<기대효과>

- 기업영업전략의 필요성과 실무 적응능력 및 역량 강화에 대비하고 각 산업의 다양한 영업전략을 담당하는 입장에서 관리의 효율적인 운영 측면과 마케팅 및 영업 실무자로서의 기본적인 역할에 필요한 역량을 배양하는데 도움이 될 것으로 판단됨
- 다양한 영업전략 및 사례의 소개로 실무자로서의 실무 이해와 함께 기업의 경쟁우위 확보를 위해 기업영업전략 본래의 역할과 필요성에 부응함
- 영업 분야에 대한 이론과 실재를 보다 체계적으로 접근하여 누구나 쉽게 이해하고 실무에도 적용 가능한 교재의 필요성으로 교재개발의 요구에 부응함

5. 참고자료

- 김문태(2015), 마케팅 아이디어 창출을 위한 소비자 행동의 이해, 도서출판 청람
- 한동철 외(2016), 마케팅 전략과 사례, 이프레스