


10주차공개

# 강 의 계 획 서

교과목 명	<국문> 관광마케팅	담당교수	변찬복 		
	<영문> Tourism Marketing	연 락 처			
교과목코드	KC6009	전자우편			
이수 구분	23	학점체계	3학점 / 3 시수		
수강 대상	3학년	선수과목/ 후수과목	/		
수업 방법	강의 형태	이론중심 < 0 >          이론-실습병행 < >          실습중심 < >			
	성적평가비율	중간: 30 %, 기말: 30 %, 출석: 20 %, 과제: 20%			
교과목 개요 및 교육목표		<p>본 과목은 일반마케팅원리를 습득하고 이를 호스피탈리티 산업과 관광목적지 브랜딩에 적용할 수 있도록 개념이해, 사례연구, 응용연습을 하는 과목이다.</p> <p>본 과목의 교육목표:</p> <p>마케팅의 일반원리와 목적지 브랜딩의 개념을 이해할 것          세분화, 표적고객, 포지셔닝 전략과 이에 따른 4P개발의 연계성을 이해할 것.          마케팅 커뮤니케이션(인적판매, 광고, 홍보, 머천다이징) 방법을 이해할 것          현대 및 여행업 마케팅의 특성을 이해할 것          서비스스케이프의 개념을 이해하고 사례의 시사점을 숙지할 것          관광목적지 브랜딩의 기본 개념과 사례의 시사점을 이해할 것</p>			
교재 및 참조 자료	교 재	저 자	교 재 명	출판사	참고사항
		필립코틀러 게리암스트롱	Kotler의 마케팅원리	(주)피어슨에 듀케이션 코리아	안광호·유창 조·전승우 번역
	참고문헌				

## 주 별 강 의 계 획

구분	수업일자	교육주제	단위수업 목표	단위수업 내용	비고
1 주 차	9/5 9/6	자본주의적 욕망과 소비 마케팅의 정의	욕망과 소비에 관한 철학적 관점을 이해할 것	자본주의와 욕망	
			마케팅 개념의 생성 과정을 이해할 것	생산중심에서 고객중심으로	
			고객지향성과 고객가치는 무엇인가?	고객지향성의 사례 제시	
2 주 차	9/12 9/13	서비스마케팅	서비스의 특성(제조기업과의 차별성)	서비스의 정의, 4가지 특성	
			서비스 믹스의 특성은 무엇인가?	인적요소, 패키징, 파트너십	
			현대 및 여행 산업의 특성의 이해할 것	숙박, 운송, 여행, 목적지 마케팅	
3 주 차	9/19 9/20	서비스디자인	서비스디자인의 개념을 숙지할 것	현대산업의 서비스 스케이프 사례	
			서비스스케이프의 다양한 사례를 숙지할 것	커피숍과 패션매장의 특성	
			고객여정 작성 방법을 숙지할 것	고객여정과 터치포인트	
4 주 차	9/26 9/27	마케팅 환경	미시환경과 거시환경을 파악할 것	기업에 미치는 영향요인의 예시	
			인구통계적 환경의 마케팅 의미를 이해할 것	연령, 생애주기, 가족구조의 변화	
			문화적 환경의 개념과 분류를 이해할 것	시대적 가치와 소비욕망의 변화	
5 주 차	12/12 12/13	소비자 행동	소비자 행동모델을 이해할 것	문화적 요인과 사회적 요인	
			구매결정행동을 이해할 것	개인적 요인과 심리적 요인	
			신상품에 대한 구매의사결정을 이해할 것	계층에 따른 혁신수용시점	
6 주 차	10/10 10/11	마케팅 전략	시장세분화의 하위개념을 이해할 것	시장세분화의 효용성	
			시장세분화의 활용방안을 연습할 것	인구통계적, 행동적 세분화	
			표적시장 선정과 포지셔닝을 이해할 것	차별화와 포지셔닝 전략수립	
7 주 차	중간정리 10/17 10/18	1~6주차 요약정리	고객 지향적 마케팅 사례를 리뷰할 것	국내외 우수 사례의 시사점	
			현대산업의 서비스 마케팅 전반의 리뷰	리츠칼튼, 클럽메드 사례 시사점	
			세분화와 포지셔닝 사례를 리뷰할 것	세분화 실제 연습, 포지셔닝 맵 작성	
8 주 차	10/24 10/25	제품/서비스/ 브랜딩	신제품개발과정을 파악할 것	컨셉개발, 제품개발, 테스트마케팅	
			서비스 혁신의 개념과 실재를 이해할 것	서비스청사진 작성을 통한 혁신	
			브랜딩의 의미와 역할을 이해할 것	브랜드이미지, 브랜드개성, 브랜드자산, 브랜드리뉴얼	
9 주 차	10/31 11/01	마케팅 커뮤니케이션	통합 마케팅의 필요성을 파악할 것	통합 마케팅 커뮤니케이션 사례-기아	
			촉진믹스의 구성을 숙지할 것	광고, 판촉, 홍보, 인적판매	
			효과적인 커뮤니케이션 개발과정을 이해할 것	표적청중, 목표설정, 메시지 설계	
10 주 차	11/07 11/08	광고 I	광고와 기타유사개념과의 차별성을 이해할 것	광고, PR, Publicity, Merchandising	
			광고목표설정과 유형을 파악할 것	William Arens의 분류	
			광고전략의 개발방법을 숙지할 것	메시지개발, 광고미디어 선정	
11 주 차	11/14 11/15	광고 II	크리에이티브 전략 실행 사례를 이해할 것	광고 소구의 실행형식	
			메시지 전략이 사례에 어떻게 사용되었는가	제품제시, 실연, 생활의 단면, 증언	
			광고의 예술적 가치는 어떻게 구현되는가	Art Ad.의 다양한 사례	
12 주 차	11/21 11/22	관광목적지 브랜딩 I	장소마케팅의 개념과 의미를 이해할 것	장소 정체성 형성과정	
			국가와 도시브랜드 평가기준을 이해할 것	Anholt의 국가·도시 브랜드 척도	
			도시이미지와 개성을 이해할 것	도시이미지와 도시개성의 구성요소	
13 주 차	11/28 11/29	관광목적지 브랜딩 II	도시브랜드 평가 실재를 이해할 것	사프론이 개발한 도시브랜드평가방법	
			도시 리브랜딩 사례와 시사점을 이해할 것	암스테르담과 뉴욕의 리브랜딩 사례	
			국내외 도시 리브랜딩 성공사례를 학습할 것	항평, 서울, 나고야, 부산의 사례	
14 주 차	최종정리 12/05 12/06	8~13주차 요약정리	통합마케팅 커뮤니케이션 전략을 리뷰할 것	기아(KIA)와 현대자동차 사례 리뷰	
			광고 크리에이티브 전략 전반을 리뷰할 것	크리에이티브전략의 전개과정	
			목적지브랜딩의 이론과 사례전반을 리뷰할 것	목적지 브랜딩 전략과 성공사례	