

붙임2.

강 의 계 획 서

이수구분	강의제목	부제목
전공선택	마케팅원론	
교재	문승제, 김성환 저, 마케팅원론, 라온, 2016	

1. 교과목 개요

마케팅은 경영활동에서 매우 중요한 부분을 차지하고 있다. 특히 기업 매출에 영향을 주는 주체인 소비자와 밀접한 관계를 맺고 있어 마케팅의 영향력이란 매우 크다고 할 수 있다. 이에 본 교과목에서는 마케팅의 정의 및 주요 개념들을 이해하고, 마케팅 사례 분석을 통해 다양한 마케팅 전략을 알아본다. 따라서 마케팅 개념, 마케팅 환경, 소비자 구매행동, STP 전략, 제품관리, 신제품 개발 및 PLC, 촉진(광고, PR, 판매촉진, 인적판매), 유통 및 가격 결정 등에 대해 세부적으로 학습한다. 이를 통해 사회에서 마케팅의 역할을 알아보고, 기업 경쟁 환경에서 이길 수 있는 전략방법들을 습득한다. 더 나아가 마케팅에 대한 전반적인 계획 수립 등을 학습함으로써 실무에 유용한 지식과 능력을 함양한다.

2. 주별 내용

주차	강의 주제	파일 유형
1	마케팅 개념	PPT
2	마케팅 환경	PPT
3	전략의 개념과 마케팅 전략	PPT
4	마케팅조사와 전략	PPT
5	소비자 행동	PPT
6	시장 세분화, 표적 시장 선정 및 포지셔닝 전략	PPT
7	신상품개발과 상품관리	PPT
8	중간고사	
9	가격관리	PPT
10	촉진 관리 - 광고와 PR	PPT
11	판매촉진과 인적판매	PPT
12	유통 관리	PPT
13	서비스마케팅	PPT

14	글로벌 마케팅과 특수 마케팅	PPT
15	기말고사	