

신제품마케팅

교과목	학수구분(학점/시간)	전선(3/3)	수강번호	1060	
	주수강대상 학부/전공/학년	경영/3, 4학년		개설년도/학기	2016년도 1학기
	강의시간 및 강의실	화F(종합102) 목E(종합102)(종합102)		영어등급	
교육과정 참고사항	선수과목	마케팅관리			
	관련 기초과목	경영통계, 마케팅조사론			
	동시수강 추천과목				
	관련 고급과목				
담당교수	성명(직위/소속)	조재운 (부교수/경영대학 경영학과)			
	연구실	다512	구내전화	e-mail	
	상당시간	T, Th 1:30 - 3:00	홈페이지		
담당조교	성명(직위/소속)				
	연구실		구내전화	e-mail	

1. 교과목 개요

나날이 치열해지는 글로벌 경쟁환경 하에서 기업이 지속적으로 성장, 발전하기 위해서는 제품 및 서비스 혁신을 성공적으로 이룩하는 능력이 필수적이다. 신제품의 성공 확률을 높이기 위해서는 개발과정과 관리가 체계적으로 이루어져야 하며 이를 위해서는 각 단계의 개념적 이해와 더불어 과학적 분석방법에 대한 이해가 필요하다. 마케팅전략은 시장조사, 시장세분화, targeting, positioning 전략, 구체적 마케팅 믹스(제품, 유통, 촉진, 가격)전략의 수립 순으로 수립된다. 신제품 마케팅은 이 과정의 제품전략 중 표적 고객의 욕구를 만족시키는 신제품의 개발과 관리기법을 학습하는 과목이다. 또한 분석 경영의 능력을 함양하기 위하여 마케팅 전략 수립에 필요한 통계기법을 학습한다.

2. 수업 목표

본 과정의 학습목표는 1) 신제품 개발의 필요성과 성공, 실패 요인, 2) 신제품 개발과정, 3) 신제품 설계, 4) 신제품 테스트, 5) 신제품 도입 및 관리, 6) 브랜드관리 등이다. 또한 이러한 분석을 위한 여러가지 통계적 기법도 소개된다.

<경영학교육인증 교과목 학습성과>

3. 수업의 형태 및 진행방식

강의, 토론, 숙제,

4. 수업운영방법

강의 토론, 토의 팀 프로젝트(발표, 사례연구 등)
 실험, 실습(역할극 등) 설계, 제작 현장학습(현장실습)
 기타

5. 수업지원시스템 활용방법

e-class 자동녹화시스템 웹과제
 사이버강의 블렌디드 러닝(온라인+오프라인 강의병행)
 수업행동분석시스템 기타

6. 활용교수법

PBL(Problem Based Learning) CBL(Case Based Learning)
 TBL(Team Based Learning) UR(Undergraduate Research)
 기타

7. 수강에 필요한 기초지식 및 도구능력

--

8. 학습평가 방법

평가항목	횟수	평가비율	비고
출석			
중간고사		45%	
기말고사		45%	
퀴즈			
발표			
토론			
과제			
기타		10%	숙제
주당 자기학습에 요구되는 시간			

9. 교재 및 참고자료

구분	교재 제목(웹사이트)	저자	출판사	출판년도
주교재	lecture note	조재운		
주교재	SPSS manual 22.0	이학식, 임지훈	집현재	

10. 수업내용의 체계 및 진도계획

--

< 진도 계획 >

주	강 의 주 제	언어	담당교수	수업방법	평가방법	준비사항
1	weekTopic(주차) Title(회차) 1마케팅전략 수립과정사업다각화 시장세분화 Targeting, positioning Marketing Mix 전략 밀러맥주사례 2신제품마케팅의 개관혁신과 위험 기업성장전략과 신제품의 영역 신제품의 성공조건과 실패요인 3시장의 이해시장의 바람직한 특성 시장의 정의 Hite 사례 4신제품개발 프로세스아이디어개발과 관리 제품컨셉개발과 테스트 마케팅전략수립 사업성분석 테스트 마케팅 5소비자 분석소비자분석의 이해 마케팅조사 절차 자료의 분석 6신제품 컨셉개발과 테스트 제품컨셉의 개념 제품컨셉 개발과정 제품컨셉개발	한	조재운			
2	2STP 분석 Segmentation Targeting Positioning	한	조재운			
3	3신제품개관혁신과 위험 기업성장전략 신제품의 성공조건 시장의 이해	한	조재운			
4	4신제품개발 프로세스아이디어개발과 관리 제품컨셉개발과 테스트 마케팅전략수립 사업성분석 테스트 마케팅	한	조재운			
5	5자료수집과 자료분석의 기초소비자 분석의 이해 마케팅조사절차 자료분석의기초	한	조재운			
6	6상황표분석 ANOVA(분산분석)	한	조재운			
7	7회귀분석PL lab 실습	한	조재운			
8	8중간고사	한	조재운			

< 진도 계획 >

주	강 의 주 제	언어	담당교수	수업방법	평가방법	준비사항
9	9Private Label	한	조재운			
10	10Positioning 전략 MDS	한	조재운			
11	11판별분석, 군집분석시장세분화	한	조재운			
12	12요인분석	한	조재운			
13	13Conjoint 분석제품 concept 개발 및 testing PC Lab 실습	한	조재운			
14	14Test Marketing	한	조재운			
15	15. Brand 전략브랜드확장	한	조재운			
16	16. 기말고사	한	조재운			

11. 기타 참고사항