

유통경로관리론

교과목	학수구분(학점/시간)	전선(3/3)	수강번호	1059	
	주수강대상 학부/전공/학년	경영학과/3학년		개설년도/학기	2016년도 1학기
	강의시간 및 강의실	화D(종합102) 목C(종합102)(종합102)		영어등급	
교육과정 참고사항	선수과목	마케팅 관리			
	관련 기초과목				
	동시수강 추천과목				
	관련 고급과목				

담당교수	성명(직위/소속)	조재운 (부교수/경영대학 경영학과)		
	연구실	다512	구내전화	e-mail
	상당시간	화 3:00 - 4:30 목 1:30 - 3:00	홈페이지	ceo21.cyworld
담당조교	성명(직위/소속)	추후 결정		
	연구실		구내전화	e-mail

1. 교과목 개요

과거의 유통업은 단순히 생산된 제품을 구매하여 진열하고 판매하는 분배 기능만을 수행하며, 제조와는 분리된 영역으로 이해되어 왔다. 그러나 근자에는 유통업에도 진보된 마케팅 전략적 사고가 요구되며 유통업체도 자체상표를 개발, 판매하는 등 그 영역이 확대되면서 제조업과의 연관성을 고려하는 통합적 방법론이 제기되고 있다. 또한 제조업체는 이러한 환경변화에 적응하기 위해 지금까지와 차별화된 전략수립의 필요성이 대두되었다. 과거 경영학연구는 생산부분(upstream)은 생산관리, 분배부분(downstream)은 마케팅 관리로 분리되어 연구되어 왔다. 현재의 경영학 연구와 현업의 추세는 이들을 분리된 영역으로 간주하여 독립적으로 연구, 운영하는 것은 기업의 경쟁력을 극대화하기 어렵다는 인식하에 생산과 분배를 통합한 연구가 지배적이다. 예를 들어 최근 선진기업들은 구매, 생산, 유통, 사후관리 등의 활동을 통합적으로 관리하는 공급망관리 (supply chain management) 기법을 경영의 핵심으로 인식하고 이를 중심으로 전략을 수립, 시행하고 있다. 또한 선진국의 경영대학 내에도 이러한 분야에 특화된 supply chain management 학과가 생겨나고 있으며 이러한 추세는 계속될 것으로 예상된다.

본 강좌는 이러한 학문적, 실무적 추세를 반영하여 최근 들어 중요성이 강조되고 있는 유통기능에 관한 이해와 유통에 참여하고 있는 구성원들의 역할과 운영에 관해 논의한다. 특히 주요 유통경로 구성원인 제조업체, 도매업체, 소매업체의 전체 유통시스템에서의 기능과 유형 및 최근 동향 등이 소개된다. 또한 최근 산업화가 급속히 이루어진 소매업의 발달과정과 앞으로의 추세, 각국의 유통구조의 차이와 이의 원인, 각 소매업태의 유형과 향후 발달과정 등이 소개된다. 제조업체 입장에서는 이러한 유통환경의 변화는 경쟁환경의 변화로 간주될 수 있다. 제조업체, 특히 소비재 제조업체는 이러한 환경변화에 적합한 유통전략을 구사하여야 하며 (마케팅 믹스 전략 중 place전략에 해당) 따라서 제조업체 입장에서 유통경로전략을 수립할 때의 절차 및 경로관리기법 등에 관해서도 논의한다. 마지막으로 유통관련 정책 수립기관이 유통참여자 (생산, 도매, 소매, 소비자)들에게 싸고, 빠르고, 상호 이익이 되는 정책 (자율과 규제)을 어떤 관점에서 수립하여야 하는 지를 논의한다.

2. 수업 목표

마케팅의 4p 중 하나인 유통관리를 학습함으로써 소매전략과 네조업의 유통전략에 대한 이해를 높이고자 한다

<경영학교육인증 교과목 학습성과>

3. 수업의 형태 및 진행방식

강의방법

1. 학습효과를 높이기 위해 다음의 방법들이 활용된다.
? Pre-reading (강의진도표에 나온 교과서 chapter, 강의노트, 사례 등)
? 도입사례
? 최근 issue에 대한 토론 (유통, 일반 마케팅 전반)
? 강의
? 토론
? 사례분석

? 중간, 기말고사
? Term project 수행

2. two-way combination의 장점을 배가하기 위해 수강생의 활발한 수업참여가 권장되며 이는 성적에 반영된다. 참여도 평가는 의견발표의 양과 질이 모두 고려된다. 의견발표의 유형으로는 강사의 질문에 대한 답변, 의문 제기, 최근 경영 이슈에 소개, 이에 대한 의견, 기타 모든 의견의 표현 등을 들 수 있다. 특히 사례토론에는 자발적 발표가 권장되거나 참여도를 높이기 위해 강사는 강제적으로 발표를 강요할 수 있다.

3. 학습한 내용을 현실에 적용하는 능력을 배양하기 위해 사례분석을 중점적으로 활용한다. 잘 정리된 국내사례가 없어서 대부분 Harvard business school에서 개발한 선진국의 주요 유통업체와 제조업체 사례를 다룬다. 사례분석은 수업의 50%가 할애되는 만큼 그 중요성이 매우 크다. 각 사례마다 주요 토론 이슈는 사전에 공지되며 이를 중심으로 토론이 이루어진다.

4. 매주 화요일에는 주로 강의가 이루어지며 목요일에는 사례분석을 한다. 또한 Term project를 위해 구성된 각 팀은 사례를 update하여 발표한다.

5. 학습된 내용을 현장에 접목하기 위해 강사의 감독, 조언 하에 term project를 수행한다.

4. 수업운영방법

<input checked="" type="checkbox"/> 강의	<input checked="" type="checkbox"/> 토론, 토의	<input type="checkbox"/> 팀 프로젝트(발표, 사례연구 등)
<input type="checkbox"/> 실험, 실습(역할극 등)	<input type="checkbox"/> 설계, 제작	<input type="checkbox"/> 현장학습(현장실습)
<input type="checkbox"/> 기타		

5. 수업지원시스템 활용방법

<input checked="" type="checkbox"/> e-class	<input type="checkbox"/> 자동녹화시스템	<input type="checkbox"/> 웹과제
<input type="checkbox"/> 사이버강의	<input type="checkbox"/> 블렌디드 러닝(온라인+오프라인 강의병행)	
<input type="checkbox"/> 수업행동분석시스템	<input type="checkbox"/> 기타	

6. 활용교수법

<input type="checkbox"/> PBL(Problem Based Learning)	<input checked="" type="checkbox"/> CBL(Case Based Learning)
<input checked="" type="checkbox"/> TBL(Team Based Learning)	<input type="checkbox"/> UR(Undergraduate Research)
<input type="checkbox"/> 기타	

7. 수강에 필요한 기초지식 및 도구능력

영어 리딩 능력

8. 학습평가 방법

평가항목	횟수	평가비율	비고
출석			
중간고사	1	40%	
기말고사	1	40%	
퀴즈			
발표			

8. 학습평가 방법

평가항목	횟수	평가비율	비고
토론		20%	
과제			
기타			
주당 자기학습에 요구되는 시간			

9. 교재 및 참고자료

구분	교재 제목(웹사이트)	저자	출판사	출판년도
	유통원론	안광호 조재운 한상린	학현사	2014
	강의 노트	조재운		
	하바드 사례집			

10. 수업내용의 체계 및 진도계획

< 진도 계획 >

주	강의 주제	언어	담당교수	수업방법	평가방법	준비사항
1	유통의 기본원리(1)	한	조재운			
2	유통의 기본원리(2)	한	조재운			
3	유통의 이해	한	조재운			
4	소매상(1)	한	조재운			
5	private label	한	조재운			
6	소매상 (2)	한	조재운			
7	소매전략(1)	한	조재운			
8	중간고사	한	조재운			
9	소매전략(2)	한	조재운			

< 진도 계획 >

주	강 의 주 제	언어	담당교수	수업방법	평가방법	준비사항
10	수직적 계열화	한	조재운			
11	유통구조의 결정	한	조재운			
12	유통정보시스템	한	조재운			
13	타 마케팅 믹스와의 조화	한	조재운			
14	마케팅 리뷰(1)	한	조재운			
15	마케팅 리뷰(2)	한	조재운			
16	기말고사	한	조재운			

11. 기타 참고사항