

강 의 계 획 서(Syllabus)

[1] 기본 정보(Basic Information)

■ 강의 정보(Course Information)

교과목명 (Course Title)	마케팅전략	강의유형 (Course Type)	
------------------------	-------	-----------------------	--

[2] 학습 목표/성과(Learning Objectives/Outcomes)

■ 과목 설명(Course Description)

오늘날 빠르게 변하는 경영환경 속에서 살아남기 위해 치열한 경쟁을 해야만 한다. 이러한 경쟁환경의 변화 변화를 활용하고, 이 변화에 능동적으로 대처할 수 있는 다양한 마케팅 전략을 수립하고 실행해야 한다. 그 기업이 가지고 있는 중요한 핵심역량을 가지고 소비자 니즈를 정확히 파악하여 전략적 방향성을 수립하고 그에 대한 구체적인 전략을 수립해야 한다. 본 과목에서 마케팅 역량에 관한 이론과 노하우를 학습 할 것이다.

■ 학습 목표(Learning Objectives)

본 과목에서는 4가지 관점에서 마케팅 전략을 배우고자 한다.

- 1) 현재 상황에 대한 정확한 현상 분석과 전략의 연계성
- 2) 지속적으로 경쟁우위를 위한 전략의 기본 학습
- 3) 전략의 차별화를 이해하고 응용
- 4) 전략의 동태성 이해

■ 학습 성과(Learning Outcomes)

본 과목을 통해 학생들은 기업에서 활용할 수 있는 마케팅 전략의 기본적인 프레임을 학습함으로써 실질적인 마케팅전략을 기획하고 실행 할 수 있는 능력을 제고할 수 있음

[3] 강의 진행 정보(Course Methods)

■ 강의 진행 방식(Teaching and Learning Methods)

강의 진행 방식	추가 설명

■ 수업 자료(Textbooks, Reading, and other Materials)

수업 자료	제목	저자	출판일/게재일	출판사/학회지
	경영우위 마케팅 전략	한상만 외	2018	박영사

[4] 수업 일정(Course Schedule)

차시	강사명	수업주제 및 내용	제출 과제	추가 설명
1	박찬균	고객(소비자) 분석		
2	박찬균	경쟁과 산업분석		
3	박찬균	SWOT 분석에 의한 전략수립		
4	박찬균	지속적 경쟁우위의 확보		
5	박찬균	시장세분화, 표적시장선택 및 포지션		
6	박찬균	브랜드 자산의 구축과 관리 등		
7	박찬균	제품전략과 촉진 전략		
8	박찬균	가격전략과 유통전략		
9	박찬균	선발 및 추발주자의 마케팅전략 등		
10	박찬균	고객관계관리를 위한 마케팅 전략 등		

[5] 수강생 학습 안내 사항

--