

강의계획서(Syllabus)

2017학년도 제2학기

교과목명 (Course Title)	학수번호 (Course No)	이수구분 (Course Classification)	강의실/수업시간 (Classroom & Time)	학점 (Credit)
마케팅커뮤니케이션(캡스톤디자인)	MGT4072-01	전공	수 10.0-12.5 202-381(사회과학/경영관 L303 강의실)	3

담당교수(Instructor)		담당조교(Teaching Assistant)	
이름(Name)	유창조	이름(Name)	정혜령
연구실 위치 (Office)	L503		
연락처1(연구실) (Office Phone Number)		연락처1(연구실) (Office Phone Number)	
e-메일(E-mail)		e-메일(E-mail)	
연락처2(휴대폰) (Cellular Phone)		연락처2(휴대폰) (Cellular Phone)	
상담시간 (Office Hours)	by appointment	상담시간 (Office Hours)	

강의개요 (Course Description)	본 과목은 기업에서 수행하는 광고 및 촉진 활동의 개요를 소개하고 전략적이고 체계적인 광고전략을 수립하는 과정을 소개한다. 본 과목은 PBL(problem based learning) 방식으로 수업을 진행한다. 이를 위해 수강생들을 팀을 구성하고 주어진 문제를 스스로 해결해 나가야 하고 이 과정에서 강사는 코칭의 역할을 수행하고 과제별로 팀 진행이 완료되면 Review 강의를 제공한다.
------------------------------	---

강의목표 (Course Objectives)	<p>본 과목은 수강생들에게 창의적인 마케팅 커뮤니케이션 전문가가 되기 위해 필요한 전문적 지식과 마음가짐을 훈련시킨다. 본 과목은 수강생들에게 기업활동 전반의 관점에서 광고역할을 소개하고 이를 통해 체계적이고 논리적인 광고전략을 수립할 수 있는 기초지식을 제공한다. 본 강좌를 통해 수강생은 다음과 같은 능력을 배양하여야 한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> - 마케팅개념 및 마케팅전략수립의 개요를 이해하여야 한다. - 통합적 마케팅커뮤니케이션 개념을 이해하여야 한다. - IMC 관점에서 광고전략을 수립할 수 있어야 한다. <p>PBL 활용 목표: 수강생이 마케팅전략 및 광고전략을 체계적으로 수립하는 과정(또는 단계)을 스스로 파악하고 각 단계마다 요구되는 분석을 진행하는 과정을 거쳐 마케팅전략 및 광고전략을 실제 수립할 수 있어야 한다.</p>
-----------------------------	---

강의구조 (Course Structure)	강의방법(Method)	비율(Percentage)
	강의(Lecture)	20
	실험실습(Experiment/Practice)	60
	토론발표(Discussion/Presentation)	20

평가요소 (Category)	비율 (Percentage)	
	변경전	변경후
출석 (Attendance)	20	
중간고사 (Midterm Exams)		
기말고사 (Final Exams)	20	
과제 (Homework)		
팀프로젝트 1	30	
팀 프로젝트 2	30	

교재 및 참고서적 (Textbooks & Reference books)	구분 (Type)	교재명 (Title)	저자 (Author)	출판사 (Publisher)	출판년도 (Published Date)	지정도서 (Course Reserved books)
	주교재 (Primary Textbook)	광고관리	안광호/이유재 /유창조	학현사		
	부교재 (Secondary Textbook)	강의보충자료 제공				

과제 (Assignments)	과제명 (Assignment Title)	제출일자 (Due Date)	제출방법 (Mode of Submission)
	마케팅전략 세우기	10/25	보고서 프린트 후 제출
	커뮤니케이션전략세우기	12/6	보고서 프린트 후 제출

수강요건 (선수과목포함) (Course PreRequisites)	MGT2014 경영수학, DBA2003 마케팅원론, MGT2015 경영경제
--	---

실험실안전 교육계획	
---------------	--

기타 안내사항 (Other Information)	
-----------------------------------	--

E-mail and E-Class	E-mail and E-class will be used as the primary tools of communication with students. Students are responsible for all information sent via their designated e-mail accounts and posted on the e-class by the professor.
---------------------------	---

Academic HONESTY	This class follows the University' s policy of academic integrity that is available in the University course catalog.
-------------------------	---

Assurance of Learning – Learning Goals & Learning Objectives

Chk	Learning Goals		Learning Objectives		Level of Concentration
	UG1	Global competitiveness	UG1-01	Ability to communicate in English at an acceptable level	
√	UG1	Global competitiveness	UG1-02	Ability to identify and understand global dynamics of business and economic differences	2
	UG2	Innovative thinking and problem solving ability	UG2-01	Ability to understand a functional interaction of business environment	
√	UG2	Innovative thinking and problem solving ability	UG2-02	Ability to set up strategies to solve business problems	2
	UG3	Business ethics	UG3-01	Ability to understand ethical problems related to business	
√	UG3	Business ethics	UG3-02	Ability to identify corporate social responsibility	2
	UG4	Functional knowledge in management	UG4-01	Ability to adapt to fast changing business environment	
√	UG4	Functional knowledge in management	UG4-02	Ability to recognize and analyze business problems	2

Assurance of Learning – Assessment Tools

ID	Tools	Check
TC11	Class Homework	√
TC21	Team Project	
TC22	Individual Term Project	√
TC23	Individual Presentation	
TC31	Student Survey Regarding Improvement in English Communication Capability	
TC32	Business Ethics Short Essay	
TC41	Class Quiz	

ID	Tools	Check
TC42	Class Exam	√
TC51	Discussion Evaluation	
TC54	Peer Evaluation	
ETC1		
ETC2		

주별 강의 일정(Class Schedule)

주 (Week)	강의내용 (Class Topic & Contents)	비고 (Remarks)
1	오리엔테이션 (PBL 학습방식)	
2	마케팅개념 소개 팀선정 및 분석브랜드 선정	보충자료를 통한 강의 과제: 마케팅전략을 수립 하기 위한 과정을 정립하 기
3	마케팅전략의 수립과정 소비자분석 환경분석	학생들의 자유토론(90분) 교수의 리뷰(60분) 과제: 소비자 및 경쟁사 분석하기
4	환경분석 산업구조분석	학생들의 자유토론(90분) 교수의 리뷰(60분) 과제: 환경 모니터링 실 습
5	조사 전문가 초청 특강	학생들의 자유토론(90분) 교수의 리뷰(60분) 과제: 시장세분화 및 표 적시정 정하기
6	추석	
7	시장세분화 표적시장 선정 포지셔닝 제안	학생들의 자유토론(90분) 교수의 리뷰(60분) 과제: 브랜드전략 수립하 기
8	1차 과제 정리 및 보충 각 팀 보고서 자문	팀별 자문
9	1차 보고서 발표	팀별 발표
10	IMC 개념 IMC 전략 수립과정	보충자료를 통한 강의 과제: 광고전략을 수립하 기 위한 과정을 정립하기
11	광고전략의 개요 광고전략을 수립하는 과정	학생들의 자유토론(90분) 교수의 리뷰(60분) 과제: 광고의 목표 설정 하기
12	광고목표의 설정 광고목표 설정하기	학생들의 자유토론(90분) 교수의 리뷰(60분) 과제: 광고 컨셉 개발하 기
13	광고컨셉의 개발 광고컨셉을 개발하는 방식 광고 크리에이티브 아이디어의 개발	학생들의 자유토론(90분) 교수의 리뷰(60분) 과제: 광고 아이디어 개 발하기

주 (Week)	강의내용 (Class Topic & Contents)	비고 (Remarks)
14	리뷰 및 보충시간 - 창의성 -5차산업혁명시대의 경영전략	
15	2차 과제 발표	
16	기말시험	

장애학생 지원내용	본 과목을 수강하는 장애학생은 수업에 필요한 별도의 지원이 필요한 경우, 담당 교강사 및 장애학생지원센터(서울 02-2260-3043)로 필요한 사항을 요청하시기 바랍니다.
----------------------	--