

## 2019학년도 2학기 강의정보

| 2019학년도 2학기 강의정보 |   |        |            |        |     |             |  |
|------------------|---|--------|------------|--------|-----|-------------|--|
| 교과목명             | 소비자마음읽기   |        | 교강사명       |        | 김시월 |             |  |
| 학점               | 2   |        | 수강대상<br>학년 |        | 9   |             |  |
| 교재명              |   | 구<br>분 |            | 저<br>자 |     | 출<br>판<br>사 |  |
| 강의목표             | <p>소비자를 파악함으로써 소비자의 욕구 변화를 알 수 있습니다.<br/>                     소비자의 유형을 파악함으로써 유형별 소비자를 구분 할 수 있습니다.<br/>                     소비자와 감정노동자와의 관계를 확인하고 문제점을 공유합니다.<br/>                     소비자에게 영향을 주는 광고요소는 무엇이고 어떤 변화가 있었는지 확인해 봅니다.<br/>                     기타 소비자마음읽기 관련 다양한 내용을 익힙니다.</p>   |        |            |        |     |             |  |
| 교과목 해설           | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 소비자 마음 읽기의 중요성과 필요성의 이해</li> <li>2. 소비자 마음 관련 현상과 접근</li> <li>3. 소비자 마음과 소비자 행동</li> <li>4. 소비자의 마음 변화와 사회변화의 관계</li> <li>5. 소비사회 문화의 변화와 현상 및 응용</li> <li>6. 소비자 마음과 소비문화, 그리고 시장 읽기 방법</li> <li>7. 경험소비와 물질소비와 소비자 마음</li> <li>8. 소비자와 감정노동자와의 관계</li> <li>9. 소비자와 제품: 고관여제품,저관여제품</li> <li>10. 소비심리를 활용한 고관여 제품의 변화</li> <li>11. 소비자 집단</li> </ol> |        |            |        |     |             |  |
| 강의진행 방법          | 온라인이론강의   |        |            |        |     |             |  |