

강의계획서

교과목	교과목명	마케팅관리	학점	3
	개설학부(과)/전공	유통경영학과	담당교수	김문태
수업목표	1. 마케팅의 기본적 이론 및 사례학습을 통해 마케팅에 대한 현장 적응능력을 높이는 데 교수목표를 두고자 한다. 특히 마케팅과 관련한 문제를 분석·해결할 수 있는 전략·전술적 방안을 사례로 쉽게 학습함으로 마케팅 관리자로서 필요한 능력 향상을 목표로 한다. 2. 이와 같은 주목표를 달성하기 위해 마케팅기획서를 스스로 작성할 수 있도록 수업에 중점을 두고자 한다. 3. 유통관리사 2급 자격증 취득에 관한 지식과 관심유도를 보조적 목표로 한다. 4. 강의를 중심으로 하고 사례를 통한 토론으로 학생의 능동적 수업참가를 위한 동기부여를 목표로 한다			
교과목개요	이 수업은 마케팅의 기본을 익히기 위한 기본 개념 및 전략 그리고 4p믹스에 대한 것이다.			
주요교재	김문태(2019), 마케팅엑츄얼리, 청람			
수업형태	강의유형	강의 및 발표		
	교육자료			

주별 강의 내용			
주 별	강의(실습) 내용	강의(실습) 방법	활용 기자재
1	강의 전반에 대한 소개 사례발표를 위한 팀구성	강의 및 토론	빔프로젝트
2	마케팅 컨셉의 이해 1) 마케팅 개념 2) 마케팅 기본요소 3) 마케팅 컨셉	강의 및 토론	
3	고객만족과 관계마케팅 1) 마케팅 패러다임의 변화 2) 고객만족 경영 3) 고객가치 평가	강의 및 토론	
4	마케팅 환경의 분석 및 거시적 마케팅 계획수립 1) 환경분석 2) 전략의 개념 및 수준	강의 및 토론	
5	마케팅 환경의 분석 및 거시적 마케팅 계획수립 3) 전략적 마케팅 계획에 있어 중요한 부분들	강의 및 토론	
6	소비자 행동의 이해 1) 소비자의 다양한 역할 2) 관여도와 의사결정 3) 소비자 의사결정과정	강의 및 토론	
7	4) 소비자에 영향을 미치는 외부적 요인 5) 비즈니스 소비자 구매행동	강의 및 토론 팀프로젝트 발표	
8	중간고사		
9	마케팅 조사	강의 및 토론 팀프로젝트 발표	
10	시장세분화, 표적시장 선정, 포지셔닝 1) STP 실행과정 2) 시장세분화	강의 및 토론 팀프로젝트 발표	
11	3) 표적시장 선정 4) 포지셔닝 전략	강의 및 토론 팀프로젝트 발표	
12	제품관리	강의 및 토론 팀프로젝트 발표	
13	가격관리	강의 및 토론 팀프로젝트 발표	
14	유통 관리 및 촉진관리	강의 및 토론 팀프로젝트 발표	
15	기말고사		