

강 의 계 획 서

1. 교과목 정보

교과목명		학점	권장 학과	권장학년	이수구분
마케팅의 이해		2학점 () 3학점 (o)	광고PR학과	2학년	
작성 교수	대학 및 부서	학과(학부)		성명	
	인문사회대학	광고PR학과		구자휘	
학습목표	마케팅 기초지식 습득으로 마케팅 기획서 작성능력 제고				
강의교재	강의PPT				
교육 목적 및 필요성	본 교과목은 광고홍보 및 관련 전공자들에 필요한 과목으로서,마케팅의 기초를 다지는 것을 그 목적으로 한다. 나아가 최근 트렌드인 창업마케팅 관련내용을 포함하여 전공자뿐 아니라 청년창업자 및 예비창업자들이 마케팅전략을 수립하는 데 도움이 되고자 한다.전공자들에게는 마케팅기획서 작성 능력을 키우도록 하고,비전공자들에게는 실무에 바로 적용할 수 있는 마케팅 아이디어 실행방법을 제시한다.				

e-Learning 콘텐츠 주별 강의내용

주	차시	주 제	세부 내용
1	1	마케팅의 이해1	마케팅의 개념, Product, Price
	2	마케팅의 이해2	마케팅의 4P, Place, Promotion
	3	마케팅의 이해2	소비자프로모션, 중간유통업체 프로모션
2	1	시장의 이해	업계 1위와 2,3,4위의 마케팅전략
	2	시장세분화	시장세분화의 방법, 이유
	3	타겟팅 전략1	경쟁력있는 브랜드, 경쟁력이 없는 브랜드
3	1	타겟팅 전략2	경쟁력있는 브랜드, 경쟁력이 없는 브랜드
	2	포지셔닝1	포지셔닝의 개념, 배경
	3	포지셔닝2	포지셔닝의 방법, 속성 혜택, 사용상황용도 사용자
4	1	포지셔닝3	경쟁상대, 범주, 감각상징, 문화트렌드, 가격
	2	마케팅컨셉1	Who When Where What Why How
	3	마케팅컨셉2	제품특성을 이용한 컨셉도출
5	1	마케팅컨셉3	소비자특성을 이용한 컨셉도출
	2	성공마케팅의 조건	시장, 소비자, 경쟁사, 새로운 기회, 매뉴얼 등
	3	선발주자, 후발주자	선발주자의 전략 후발주자의 전략
6	1	선발주자의 전략	지배, 공격, 샌드위치, 철수
	2	후발주자의 전략	직접대응, 차별화, Me too, 틈새전략
	3	IMC 전략	IMC의 특징, 방법
7	1	IMC기획서1	루카의 IMC전략
	2	IMC기획서2	부산관광IMC 전략
	3	광고기획의 구성1	광고목표, 타겟, 컨셉, 크리에이티브, 매체
8		중간고사	
9	1	광고기획의 구성2	상황분석, 광고전략, 크리에이티브전략, 매체전략
	2	마케팅 메시지전략	제품분석, 소비자분석, 경쟁사분석
	3	카피라이팅	Simple, Originality, Relevance, Impact
10	1	소비자인사이트	인사이트의 이해, 인사이트 발견
	2	소비자의 이해	심리, 상황, 사회, 의사결정
	3	브랜드이해	브랜드개요, 종류, 가치평가
11	1	브랜드구축	브랜드아이덴티티, 브랜드 이미지
	2	브랜드확장	라인확장, 수직적확장, 카테고리확장
	3	창업마케팅	비즈니스모델캔버스
12	1	BMC우수사례	우버, EatWithUs
	2	가치제안	가치제안캔버스, 사례
	3	BMC기획서	ToyForMyPet, 수제맥주
13	1	제품개발의 발상1	디자인싱킹, 방법과 이해
	2	제품개발의 발상2	IF, 결합, 대응, 응용, 확장, 축소제거
	3	제품개발의 발상2	Contact, Connect
14	1	온라인마케팅1	검색마케팅, 바이럴마케팅
	2	온라인마케팅2	블로그마케팅, 인스타그램마케팅
	3	온라인마케팅3	콘텐츠마케팅 인바운드마케팅
15		기말고사	