

교과목명	마케팅원론	이수구분	전필
교과코드	242	분반	01
학과	스미스학부대학	학년	2
교수	김미정	학점/강의	3/3
강의시간	금(2~4)	E-mail	
제한인원		면담가능시간	
교과목개요 및 학습목표	본 과목은 경영학의 핵심 분야 중의 하나인 마케팅에 대한 입문 과목으로 그 동안 마케팅 분야에서 발전된 이론과 모델에 대한 고찰과 동시에 기업의 마케팅 활동 실사례에 대한 분석으로 구성된다. 기업의 마케팅 활동상에 나타나는 개념적·실무적 내용들에 대한 포괄적인 이해 구축을 목표로 한다.		
교재 및 참고문헌	마케팅원론 형설출판사 김미정, 김미현, 박철주, 손준상, 이원일 ,		
학습 평가방법	중간시험(35%),기말시험(35%),출석(10%),과제(10%),기타(10%)		
핵심역량			
기타안내 및 유의사항			

주차	강의범위 및 내용
제 1주	<p>학습목표:교과목 소개 및 현대 마케팅의 의미에 대한 이해</p> <p>수업방법:원격강의(실시간화상수업 ZOOM 외)</p> <p>수업자료:교재1장(강의교안)</p>
제 2주	<p>학습목표:전략적 마케팅관리에 대한 이해</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class)</p> <p>수업자료:교재 2장(강의교안)</p>
제 3주	<p>학습목표:마케팅 환경의 분석에 대한 이해</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class)</p> <p>수업자료:교재3장, 4장(강의교안)</p>
제 4주	<p>학습목표:고객행동의 이해</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class)</p> <p>수업자료:교재5장(강의교안)</p> <p>수업자료:개인과제 출제</p>
제 5주	<p>학습목표:마케팅 조사에 대한 이해</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class)</p> <p>수업자료:교재6장(강의교안)</p>
제 6주	<p>학습목표:마케팅 조사에 대한 이해 / 시장세분화, 표적시장 선정 및 포지셔닝에 대한 이해</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class)</p> <p>수업자료:교재6장, 7장(강의교안)</p>
제 7주	<p>학습목표:시장세분화, 표적시장 선정 및 포지셔닝에 대한 이해</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class)</p> <p>수업자료:교재7장(강의교안)</p>
제 8주	<p>학습목표:중간고사</p>

	수업방법:시험
제 9주	<p>학습목표:브랜드 개발 및 관리에 대한 이해</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class) 수업자료:교재8장(강의교안)</p>
제 10주	<p>학습목표:브랜드 개발 및 관리 / 제품 관리</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class) 수업자료:교재8장, 9장(강의교안)</p>
제 11주	<p>학습목표:제품 관리</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class) 수업자료:교재9장(강의교안)</p>
제 12주	<p>학습목표:가격 관리</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class) 수업자료:교재10장(강의교안)</p>
제 13주	<p>학습목표:유통 관리</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class)</p>
제 14주	<p>학습목표:촉진 관리</p> <p>수업방법:온라인강의(비대면수업 e-Class)</p>
제 15주	
제 16주	<p>학습목표:기말고사</p> <p>수업방법:시험</p>