

1. 교과목 개요

가. 교과목명 : 국제마케팅론

(안동대학교 무역학전공 정갑연 교수)

나. 교과목 소개

본 과목은 글로벌 경쟁 시대에 맞춰 기업 국제화의 진행, 그에 따른 글로벌 마케팅에 대한 전반적인 이해를 도모하고자 한다. 또한 글로벌 기업의 마케팅 전략 활동에 있어 영향을 미치는 외부환경을 살펴보고, 이 외부환경과 기업 내부 환경을 분석하는 마케팅 조사도 확인하고자 한다. 그리고 외, 내부 환경조사를 기반으로 글로벌 기업의 마케팅 전략과 마케팅 4p전략을 살펴보고자 한다.

2. 개발 필요성 및 목적

본 교과목은 글로벌 경쟁환경에서 글로벌 기업들이 수행하는 마케팅에 대한 학습자들의 전반적인 이해를 도모하는 데 그 목적이 있다. 즉, 본 교과목은 글로벌 환경에서 기업이 직면한 글로벌화와 현지화의 압력을 토대로 마케팅 전략의 계획과 수립을 학습자들에게 이해시키는 데 그 목적이 있는 것이다.

주차	강의 주제	강의 설명
1	교과목 소개와 기업 국제화	- 오리엔테이션 - 기업 국제화의 의의, 동기, 장점 - 기업 국제화 과정
2	글로벌 마케팅의 이해	- 마케팅의 개념 - 글로벌 마케팅의 개념과 발전 단계 - 글로벌 마케팅의 과업과 기본 자세 - 글로벌 마케팅 주요 내용
3	글로벌 경제적 환경	- 지역경제통합 - GATT와 WTO - 세계 경제적 환경 요인
4	글로벌 문화적 환경	- 문화의 정의와 성격 - 문화의 주요 구성 요소 - 문화적 환경의 종합적 평가
5	글로벌 정치, 법률적 환경	- 정치적 위험의 개념, 원천, 유형 - 법률적 환경의 국제마케팅 문제 - 분쟁해결방안
6	글로벌 마케팅 조사	- 마케팅 조사의 단계 - 마케팅 조사의 유의점
7	글로벌 마케팅 전략	- 글로벌 마케팅 전략 수립 과정 - STP 전략 - 해외시장진출 전략

8	글로벌 제품전략	- 글로벌 제품 전략 개념 및 관리 - 글로벌 브랜드 관리 - 글로벌 포장과 서비스 관리
9	글로벌 가격전략	- 글로벌 가격 전략 개념 및 관리 - 글로벌 가격결정 방식 - 글로벌 가격결정의 특수문제
10	글로벌 유통전략	- 글로벌 유통전략 개념 및 관리 - 글로벌 물류관리
11	글로벌 촉진전략	- 글로벌 촉진전략 개념 및 관리 - 글로벌 광고, 판매촉진, PR, 인적판매
12	글로벌 인터넷 마케팅 및 CSR 전략	- 글로벌 인터넷 마케팅 전략 - 글로벌 CSR 전략

3. 기대 효과 및 적용 방안

<ul style="list-style-type: none"> - 기업들이 왜 전 세계 시장을 대상으로 경영활동을 해야 하는지를 학습자들에게 이해시킴으로써 학습자들의 글로벌 역량을 향상시킬 수 있음 - 기업들이 해외시장을 대상으로 마케팅 전략을 계획하고 수립하는 전 과정을 학습자들이 이해할 수 있음 - 강의 중 글로벌 기업들의 사례를 제시하여 학습자들이 글로벌 기업들의 마케팅 전략 성공 및 실패 사례를 간접적으로 경험하게 할 수 있음 - 학습자들이 해외시장을 대상으로 마케팅 전략 계획, 수립할 수 있는 기반 지식을 함양하게 하여 학습자들의 문제해결능력을 향상시킬 수 있음
--