

강 의 계 획 서

1. 교과목 정보

교과목명		학점	권장 학과	권장학년	이수구분
소비자행동론		2학점 () 3학점 (o)	광고홍보 학과	3	전공선택
작성 교수	대학 및 부서	학과(학부)		성명	
	미디어대학	광고홍보학과		구자휘	
학습목표	1. 소비자행동론의 개념에 대해 이해할 수 있다. 2. 소비자행동분석, 타겟선정의 방법을 이해할 수 있다. 3. 소비자행동의 기획, 전략수립, 평가의 전 과정을 이해할 수 있다.				
강의교재	강의PPT				
교육 목적 및 필요성	<p>소비자행동론은 마케팅의이해, 커뮤니케이션론 수업을 기반으로 실제로 소비자심리와 행동을 연구 하고 탐색해보는 수업이다. 이 수업은 이론을 바탕으로 실전사례를 탐색하는 방법으로 운영된다. 소비자행동론은 광고홍보의 기초이론을 배우는 과목으로 이를 바탕으로 광고기획서 마케팅 기획서 작성능력을 키우는 밑바탕이 된다. 학습자들은 마케팅 혹은 광고전략 수립능력을 키우기 위해 소비자분석,인터뷰,행동관찰 등을 통해 광고할 제품의 정확한 소비자를 찾아가는 과정을 경험하는 것이 필요하다.</p>				

e-Learning 콘텐츠 주별 강의내용

주	차시	주 제	세부 내용
1	1	소비자행동의 이해1	역동성,상호반응,가치교환 등
	2	소비자행동의 이해2	소비자분석의 3요소,감정과 인지
	3	감정과 인지의 개념	감정,인지,감정과 인지사이의 관계
2	1	소비자 의사결정과정	소비자의사결정,반응모델
	2	소비자의 브랜드 선택	브랜드 선택 고려사항
	3	소비자의 브랜드 정보 통합과정	브랜드 정보 통합과정
3	1	소비자의 감각	감각의 의미,감각의 저장 등
	2	소비자의 주의	주의의 의미,영향요소,유형
	3	소비자의 지각	지각의 의미,중요성,지각향상 3단계
4	1	소비자의 제품 지식1	제품지식,수준,영향력
	2	소비자의 제품 지식2	3가지 유형,스펙트럼,지식 활용
	3	수단 목적 사슬	수단 목적 사슬, 관여도 요인
5	1	소비자 학습	학습의 원리,행동학습
	2	소비자 인지학습	인지학습,정보수집,기억
	3	소비자 사회학습	사회학습,사회학습의 원리
6	1	소비자의 욕구	매슬로 욕구위계이론
	2	소비자의 욕구분석	소비자욕구분석,5W1H
	3	소비자의 동기	기능적,감정적,사회적 동기
7	1	소비자 인사이트	인사이트 이해,타겟,발견의 방법
	2	소비자 인사이트 마케팅	인사이트 마케팅 전략
	3	인사이트 성공사례	인사이트 성공사례
8		중간고사	
9	1	소비자 태도	태도의 이해,피시바인 태도모델
	2	이성적 행위이론	피시바인 이성적 행위모델
	3	태도관련 이론	저관여,단순반복,정교화 가능성
10	1	소비자 선호도 문화요인	문화요인,문화요소의 영향력
	2	문화마케팅의 의미와 역할	문화마케팅 전략,사례
	3	문화마케팅 시사점	문화마케팅 시사점
11	1	소비자행동과 시장세분화	시장세분화의 개념 및 응용
	2	타겟팅의 개념	타겟팅의 의미,타겟별 전략
	3	포지셔닝의 개념	포지셔닝의 의미,방법
12	1	소비자만족과 브랜드 로열티	브랜드로열티의 이해,고객만족 특정 및 관리
	2	고객경험과 만족도	고객경험과 만족도 개선 요소
	3	고객감정연결과 참여활동	감정적 연결,참여활동 강화
13	1	소비자팬덤의 이해	팬덤의 개념과 특징,역할
	2	소비자 팬덤 형성전략	소비자팬덤 형성의 방법
	3	소비자 팬덤 성공 사례	소비자 팬덤 성공사례
14	1	소비자 팬덤의 지표	소비자 팬덤 지표, 관리전략
	2	의식있는 소비자행동	의식있는 소비자행동,소비주의
	3	소셜미디어의 영향	소셜미디어의 영향, 미래동향
15		기말고사	