

2025학년도 2학기 수업계획서

• 기본정보

과목명	마케팅조사론				
학점(시간)	3(3)				
이수구분	전공선택	과목유형	일반강의	수업형태	블렌디드
수강번호				반번호	
강의시간					
강의실					
담당교수	이운재	팀티칭	N	소속	
면담시간					

• 과목 관련 정보

동일과목	
선수과목	

• 세부내용

※선행과제 : Python 프로그래밍 사전 지식이 없어도 접근 가능함.

1. 강의소개 :

(1) 데이터 중심의 비즈니스 환경에서 성공적인 마케팅 전략을 실행하기 위해서는, 고객 데이터에 기반한 소비자 및 시장의 객관적인 니즈 파악이 필수적이다.

(2) 또한 최근 급격히 발전한 생성형 AI(Generative AI)는 데이터 분석에 요구되는 프로그래밍 및 통계적 전문성의 장벽을 낮추어, 데이터 기반의 인사이트를 보다 용이하게 도출할 수 있는 새로운 환경을 조성하고 있다.

(3) 이러한 환경 변화에 따라, 전통적인 마케팅조사 이론의 체계적인 이해와 더불어, 생성형 AI를 활용하여 Python 기반의 데이터를 분석하는 융합적 역량이 현대 마케팅 실무자의 핵심적인 성공 요건이 되었다.

(4) 이상의 필요에 따라 본 과목에서는 마케팅조사 및 통계의 핵심 이론을 체계적으로 다루고, 생성형 AI를 통해 Python 고객 데이터 분석을 수행하는 실무 역량을 함양하는 것을 목표로 한다.

2. 수업목표 :

데이터 중심의 비즈니스 환경에서 고객 데이터 분석은 경영분야 실무자의 핵심 역량이다. 최근 급격히 발전한 생성형 AI(Generative AI)는 코딩이나 통계 전문 지식과 관련한 장벽을 낮춰, 일정 수준의 지식만 갖춘다면 데이터에 기반한 고객 인사이트를 도출할 수 있는 새로운 가능성을 열고 있다. 본 강좌는 생성형 AI를 활용하여 마케팅조사를 지원하고, Python 기반의 데이터 분석을 수행하는 방법을 다룬다. 이를 통해 깊이 있는 고객 인사이트를 창출하는 실무 능력을 배양하는 것을 목표로 한다.

• 세부내용

(1) 지식학습목표

마케팅조사와 관련한 이론 및 소비자 데이터 분석과 관련한 기초지식을 습득한다. 이 과목에서 습득할 주요 내용은 다음과 같다 :

- 마케팅조사의 이론과 과정 이해
- 마케팅조사 결과 분석을 위한 생성형 AI 및 Python 사용법 학습
- 자료수집 : 계획서 작성법, 설문항목 개발 및 설문지 작성법, 표본 수집방법
- 분석방법 : 수집자료 편집, 기초통계 분석, Python 활용한 분석실습
- 보고서 작성 : 보고서 작성방법, 보고서 발표

(2) 일반학습목표

- 생성형 AI를 활용해 마케팅 조사의 기획, 아이디어 도출, 계획서의 초안을 작성하는 방법을 학습한다.
- 마케팅조사 전체 단계를 직접 수행함으로써 실무능력을 배양한다.
- 과제수행과 최종보고서 발표를 통하여 구성원의 상호 협동능력과 커뮤니케이션 역량을 강화한다.

3. 수업진행방법 :

- 오프라인 강의: 주요 이론 학습, 팀별 활동 수행
- 온라인 강의: Python 및 Pandas 기초, Generative AI를 활용한 Google Colab 환경에서의 데이터 분석
- 조별로 마케팅조사 절차에 맞춰 과제를 수행한다.
- 학기말 수행한 과제물을 취합하여 정리하고, 보고서를 작성하여 발표 및 토론을 진행한다.

구체적인 수업진행방법은 다음과 같다 :

- (1) 교재를 중심으로 기초이론과 개념을 강의한다;
- (2) 습득한 기초이론을 토대로 실무능력을 강화하기 위해 조단위로 실습과제를 수행한다;
- (3) 수업 중 학습한 마케팅조사 절차 및 데이터 분석 방법을 활용해 실습과제를 조단위로 실시한다.
- (4) 조별 실습과제는 수업 진도에 맞춰 수업 중 발표하고 토론을 거쳐 수정, 보완한다;
- (5) 한 학기동안 수행한 실습과제를 총합한 최종보고서를 작성하여 학기말에 제출하고 조별로 발표, 토의, 평가한다.

· 세부내용

스마트교육:

4. 중요교재 및 문헌 :

(1) 오프라인 교재

이훈영, "마케팅조사론", 5판, 청람.

(2) 온라인 교재

별도 강의교안 제공

5. 수업의 효율성 제고를 위한 기타 사항 :

본 강좌는 Python과 관련한 프로그래밍 지식이 거의 없다는 가정을 기반으로 이루어질 것임.
온라인 수업 초기 Python의 활용에 필수적인 기초 프로그램 지식을 학습할 것이며,
이후에는 Generative AI를 활용한 다양한 분석방법의 적용이 이루어질 것임.

6. 학습평가 :

중간시험 : 35%

기말시험 : 35%

실습과제 : 20% (마케팅조사 보고서 발표)

토론참여 및 출석 : 10%

평가비율

• 세부내용

중간시험 : 35%, 기말시험 : 35%, 출결 : 10%, 예·복습 : 0%, 기타 : 20%

※ 스마트교육: 학생의 수업 활동 참여에 대한 평가 권장
예: 수업참여도(발표, 토론, 학생 간 상호 평가), 포트폴리오 등

• 주별계획

주	학습목표 및 주요학습활동	주교재 및 참고자료	퀴즈/과제/토론 유무
1	1차시(오프라인): 수업개요와 진행방식 소개, 1장 경영의사결정과 마케팅조사 2차시(온라인): Generative AI 서비스와 Google Colab 환경		
2	1차시: 2장 조사의 종류와 실험설계 2차시: Python 기초 1		조구성
3	1차시: 3장, 4장 마케팅조사의 실행과정 1 4장 마케팅조사의 실행과정 2 2차시: Python 기초 2		조사주제선정
4	1차시: 5장 마케팅조사의 실행과정 3 2차시: Python 기초 3		조별토론
5	1차시: 6장 분석을 위한 자료 2차시: Pandas 라이브러리 기초		설문작성
6	1차시: 7장 확률과 확률분포 2차시: 비정형데이터 분석 1		설문작성및통합
7	1차시: 7장 확률과 확률분포(2) 2차시: 비정형데이터 분석 2		설문수행
8	중간시험		
9	1차시: 8장 추정과 가설검정 2차시: 고객데이터 처리 및 분석 1		데이터분석
10	1차시: 11장 연관성 분석 2차시: 고객데이터 처리 및 분석 2		데이터분석
11	1차시: 12장 분산분석 2차시: 고객데이터 처리 및 분석 3		데이터분석
12	1차시: 17장 군집분석, 18장 요인분석 2차시: 고객데이터 처리 및 분석 4		데이터분석
13	1차시: 13장 회귀분석 2차시: 고객데이터 처리 및 분석 5		데이터분석
14	1차시: 데이터 분석 결과 발표 2차시: 고객데이터 처리 및 분석 6		조별 발표
15	기말고사		