

강의계획서(KOCW)

강좌명	마케팅이론과 실무		학점	3	
	Marketing theory and practice				
이수구분	전공선택				
교수정보	성명	김보혜	직위	강사	
	소속	유스티노 자유대학 창업성장학과			
강의목표	<ul style="list-style-type: none"> -마케팅의 핵심 개념과 원리에 대한 이해 -시장 조사와 소비자 행동 분석을 통해 마케팅 환경을 분석 -실제 사례를 통해 이를 실무에 적용하는 능력을 배양 -디지털 마케팅의 중요성과 최신 트렌드를 이해 				
개발형식	<p>본 교과목은 현대 마케팅의 이론과 실무를 체계적으로 이해하고 적용하는 것을 목표로 합니다.</p> <p>학생들은 마케팅의 기본 개념과 원리를 학습하고, 실제 사례 분석을 통해 마케팅 전략 수립과 실행의 과정을 학습합니다.</p> <p>본 강좌에서는 시장 조사, 소비자 행동 분석, 브랜드 관리, 디지털 마케팅 등 다양한 주제를 다룹니다. 이를 통해 학생들이 이론적 지식과 실무적 능력을 겸비한 마케팅 전문가로 성장할 수 있도록 돕습니다.</p>				
평가방법	중간시험	기말시험	출석	과제	합계
	30%	30%	20%	20%	100%
주 별 계 획(강의내용)					
1주	마케팅의 정의와 개념을 심층적으로 이해하고, 마케팅 관리철학의 발전 과정을 살펴봅니다. 마케팅이 현대 기업 환경에서 중요한 이유에 대해 학습합니다.				
2주	기업의 사명과 사업영역 정의 과정을 학습하며, 전사적 수준에서의 경영전략 수립과 제품 수준에서 실행 가능한 마케팅 계획을 설계하는 방법을 다룹니다.				
3주	마케팅 조사 설계의 원리를 이해하고, 자료 수집과 분석 과정을 학습합니다. 또한, 마케팅 환경 분석에서 조직 내부 요인과 자원을 평가하는 방법을 익히며, 이를 마케팅 전략 수립에 활용하는 방법을 논의합니다.				
4주	기업의 외적 환경 요인을 체계적으로 분석하고, 소비자 구매행동의 다양한 유형을 탐구합니다. 구매 의사결정 과정(필요의 인식, 정보 탐색, 대안 평가, 구매 결정, 구매 후 행동)의 단계별 특징을 학습합니다.				
5주	시장 세분화의 중요성을 학습하고, 효과적인 세분화 기준과 적용 방법을 이해합니다. 표적 시장 선택 과정과 전략적 포지셔닝 방법론을 통해 경쟁 시장에서 차별화된 가치를 창출하는 실질적 사례를 학습합니다.				
6주	제품의 개념과 구성요소를 이해하며, 제품의 분류와 신제품 개발 프로세스를 학습합니다. 소비자 요구를 반영한 제품 설계와 개발 의사결정 과정을 구체적으로 살펴봅니다.				
7주	마케팅 커뮤니케이션 과정과 촉진 믹스의 각 요소(광고, 홍보, 인적 판매, 판매촉진)의 기능과 역할을 분석합니다. 효과적인 광고 전략을 기획하고 실행하는 방법을 학습하며, 성공적인 사례를 살펴봅니다.				
8주	중간고사 : 1주차부터 7주차까지 학습한 주요 개념과 이론을 복습하고 학습 성과를 점검합니다.				
9주	판매 촉진 전략과 유통 경로 설계의 원리를 학습합니다. 소매상과 도매상의 역할, 유통 과정에서의 협력과 갈등 관리, 그리고 유통 경로 혁신 사례를 바탕으로 효율적인 유통 전략 수립 방법을 배웁니다.				

10주	가격 전략의 다양한 접근 방식을 탐구하며, 기업의 브랜드 자산 관리의 중요성과 이를 높이기 위한 전략적 활동을 학습합니다. 브랜드 충성도와 인식 개선을 통해 경쟁 우위를 확보하는 사례를 분석합니다.
11주	브랜드 자산과 고객 자산의 개념과 상호 관계를 학습하며, 마케팅 성과를 측정하고 이를 관리하는 지표와 방법론을 익힙니다. 기업이 성과를 개선하기 위한 실질적 사례와 이를 통해 얻을 수 있는 인사이트를 탐구합니다.
12주	시장 분석 기법인 3C 분석(고객 분석, 경쟁 분석, 지사 분석)의 적용 방법을 학습합니다. 이를 활용한 실무 사례를 통해 시장 기회를 포착하고, 효과적인 전략을 설계하는 과정을 학습합니다.
13주	고객 관계 관리(CRM)의 중요성과 효과적인 운영 방안을 학습하며, 고객 만족 경영(CSM)의 개념과 이를 실질적으로 실천하는 방법을 사례와 함께 학습합니다. 이를 통해 고객 유지 전략을 강화합니다.
14주	서비스 마케팅의 핵심 개념과 디지털 마케팅의 최신 트렌드를 학습하며, 기업이 이를 활용하여 시장에서 경쟁 우위를 확보하는 방법을 이해합니다. 기타 다양한 마케팅 전략 사례를 분석합니다.
15주	기말고사 : 전체 학습 내용을 복습하고 평가를 통해 강의의 학습 성과를 확인합니다.