

강의계획서

(2025 학년도 1학기)

1. 강좌 및 담당교수

교과목명	마케팅관리	교과목코드		
외국어강의구분		강의시간		
이수구분	전공필수	강좌구분		
수강대상		학점구성		
담당교수	소속	경영학부	수업방법	이러닝강의구분
	성명	장형유	연구실	
	전화번호		E-mail	

2. 강의내용(목적)

항목	세부목표	
	비율	연관성

본 과목은 마케팅과 관련된 개념 및 원리를 중심으로 오늘날 급변하는 마케팅환경에 보다 효과적으로 대응할 수 있는 마케팅 전략수립의 틀을 제공하고, 시장의 흐름을 창의적으로 볼 수 있는 통찰과 안목을 배양하는 데 그 목적이 있다. 한 학기 동안 다루어지는 주요 수업목표와 관련 이슈는 다음과 같다.

- 시장과 마케팅의 환경변화추세 및 마케팅 환경에 효과적으로 대응할 수 있는 마케팅 전략수립 역량 강화
- 시장세분화에 기초한 포지셔닝 역량 배양
- STP전략의 실행방안에 관한 4P 전략에 연관된 다양한 마케팅기법 활용 역량 강화
- 신제품 개발, 브랜드 관리, 서비스 마케팅, 그리고 4차 산업시대의 최신 마케팅 이해 및 실무적 활용 역량 강화

3. 교재 및 참고서적

구분	저자	도서명	출판사	비고
주교재	장형유 등	최신 마케팅	무역경영사	
교재기타	주차별 pdf 강의자료 제공함			

4. 과제

과제	과제명	참고사항

5. 평가방법

평가방법	출석	중간고사	기말고사	수시고사	과제물	기타	계
배점비율	20	40	40	0	0	0	100

6. 장애학생을 위한 지원사항

--

7. 주별 강의계획

주차	강의내용	강의방법	활용기자재	비고(상세수업방법)
1주차	■ 강의소개 및 마케팅의 기본 개념에 대한 이해	온라인 비대면 강의	LMS	
2주차	■ 마케팅개념의 발전과정과 마케팅관리 프로세스	온라인 비대면 강의	LMS	
3주차	■ 마케팅의 전략 계획	온라인 비대면 강의	LMS	
4주차	■ 마케팅환경에 대한 이해	온라인 비대면 강의	LMS	
5주차	■ 시장분석과 마케팅조사	온라인 비대면 강의	LMS	
6주차	■ 시장분석과 소비자 및 소비자행동의 이해-Part1	온라인 비대면 강의	LMS	
7주차	■ 시장분석과 소비자 및 소비자행동의 이해-Part2	온라인 비대면 강의	LMS	
8주차	■ 중간고사	온라인 비대면 강의	LMS	Offline Test(4지선다형과 OX형 문제)
9주차	■ 시장세분화(STP) 전략	온라인 비대면 강의	LMS	
10주차	■ 제품전략	온라인 비대면 강의	LMS	
11주차	■ 제품수명주기(PLC) 및 신제품관리	온라인 비대면 강의	LMS	
12주차	■ 가격 전략	온라인 비대면 강의	LMS	
13주차	■ 촉진 및 광고관리	온라인 비대면 강의	LMS	
14주차	■ 유통경로와 유통기관 및 물류	온라인 비대면 강의	LMS	
15주차	■ 기말고사	Offline Test(4지선다형과 OX형 문제)		